

TEM toimialaraportit 2020:3

Toimialaraportit

Kansallispuistojen potentiaali
luonnontuotealan kehitykselle



www.temtoimialapalvelu.fi



Työ- ja elinkeinoministeriö
Arbets- och näringsministeriet

TEM Toimialaraportit 2020:3

Kansallispuistojen potentiaali luonnontuotealan kehitykselle

Työ- ja elinkeinoministeriö

ISBN PDF: 978-952-327-563-8

Taitto: Valtioneuvoston hallintoyksikkö, Julkaisutuotanto

Helsinki 2020

Kuvailulehti

Julkaisija	Työ- ja elinkeinoministeriö		16.12.2020
Tekijät	Mika Honkanen		
Julkaisun nimi	Kansallispuistojen potentiaali luonnontuotealan kehitykselle		
Julkaisusarjan nimi ja numero	TEM Toimialaraportit 2020:3		
ISBN PDF	978-952-327-563-8	ISSN PDF	2736-9382
URN-osoite	http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-327-563-8		
Sivumäärä	43	Kieli	suomi
Asiasanat	TEM toimialaraportit, luonnontuotteet, kansallispuistot, biosfääri, luontomatkailu, luonnontuoteala		
Tiivistelmä <p>Kansallispuistojen kävijämäärät ovat kovassa kasvussa. Suomessa on 25 luontokeskusta ja 40 kansallispuistoa, joiden pinta-ala on yli miljoona hehtaaria. Vuoden 2019 kansallispuistojen paikallistaloudelliset kokonaistulo- ja työllisyysvaikutukset olivat yhteensä noin 219 miljoonaa euroa ja reilu 1 700 henkilötyövuotta. Viisi puistoa tuottaa nykyisellään noin 70 prosentin osuuden kansallispuistojen kokonaistulosta. Kansallispuistot ja luontokeskukset voisivat olla erinomaisia luonnontuotteiden kauppapaikkoja yhdistettynä alustatalouden tarjoamiin skaalaetuihin viennin edistämiseksi.</p> <p>Kansallispuistoja ympäröivät matkailureitit ovat tärkeitä kansallispuistojen ja luonnontuotteiden näkyvyydelle ja tavoitettavuudelle. Aluekohtaisella brändäyksellä olisi mahdollista luoda tuotteille lisäarvoa luomun lisäksi myös kotimaan markkinoille. Kansallispuistojen brändityöstä on olemassa kansainvälisiä esimerkkejä, kuten Saksassa ja Itävallassa.</p> <p>Unescon biosfäärialueet ovat osa Ihminen ja biosfääri -tiedeohjelmaa. Suomessa on kaksi biosfäärialuetta, joissa molemmissa on kansallispuisto. Biosfäärialueet kannustavat toimimaan ja löytämään kestäviä ratkaisuja elinvoimaisen yhteiskunnan kehittämiseksi tutkimuksen, koulutuksen ja yhteistyön avulla. Biosfäärialueiden verkostot sekä toimintamalli voisivat olla myös luonnontuotealalle erinomainen mahdollisuus tulevaisuudessa.</p> <p>TEM:n yhdyshenkilö: Innovaatiot ja yritysrahoitus/Toimialapalvelu/Katri Lehtonen, katri.lehtonen@tem.fi, 029 5064 926</p> <p>ELY-keskuksen yhdyshenkilö: Mika Honkanen, mika.honkanen@ely-keskus.fi, 029 5026 102</p>			
Kustantaja	Työ- ja elinkeinoministeriö		
Julkaisun jakaja/myynti	Sähköinen versio: julkaisut.valtioneuvosto.fi Julkaisumyynti: vnjulkaisumyynti.fi		

Presentationsblad

Utgivare	Arbets- och näringsministeriet		16.12.2020
Författare	Mika Honkanen		
Publikationens titel	Nationalparkers potential för utveckling av naturproduktsbranschen		
Publikationsseriens namn och nummer	TEM Toimialaraportit 2020:3		
ISBN PDF	978-952-327-563-8	ISSN PDF	2736-9382
URN-adress	http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-327-563-8		
Sidantal	43	Språk	finska
Nyckelord	ANM:s branschrapporter, naturprodukter, nationalparker, biosfären, naturturism, naturproduktsbranschen		

Referat

Antalet besökare i nationalparkerna ökar kraftigt. I Finland finns 25 naturcentrum och 40 nationalparker, vars totala areal uppgår till över en miljon hektar. År 2019 uppgick de totala lokalekonomiska konsekvenserna av nationalparkerna till sammanlagt ca 219 miljoner euro och drygt 1 700 årsverken. Fem parker står för närvarande för ca 70 procent av nationalparkernas totala inkomster. Nationalparker och naturcentrum kan vara utmärkta handelsplatser för naturprodukter då detta kombineras med de stordriftsvinster som plattformsekonomin erbjuder för exporten.

Turistrutterna kring nationalparkerna är viktiga för att nationalparkerna och naturprodukterna ska vara synliga och tillgängliga. Genom att bygga upp områdesspecifika varumärken är det möjligt att skapa mervärde för produkterna även på den inhemska marknaden utöver marknaden för ekologiska produkter. Det finns internationella exempel på varumärkesarbete i fråga om nationalparker, bl.a. i Tyskland och Österrike.

De av UNESCO fastställda biosfärområdena är en del av programmet "Människan och biosfären". I Finland finns två biosfärområden som båda är nationalparker. Syftet med de fastställda biosfärområdena är att främja verksamhet och finna hållbara lösningar för att utveckla ett livskraftigt samhälle med hjälp av forskning, utbildning och samarbete. Nätverken av och handlingsmodellen för biosfärområdena kan också vara en ypperlig möjlighet med tanke på naturproduktbranschens framtid.

Kontaktperson vid arbets- och näringsministeriet: Innovationer och företagsfinansiering/Branschtjänst/
Katri Lehtonen, katri.lehtonen@tem.fi, tfn 029 506 4 926

Kontaktperson vid närings-, trafik- och miljöcentralen: Mika Honkanen, mika.honkanen@ely-keskus.fi,
+358 295 026 102

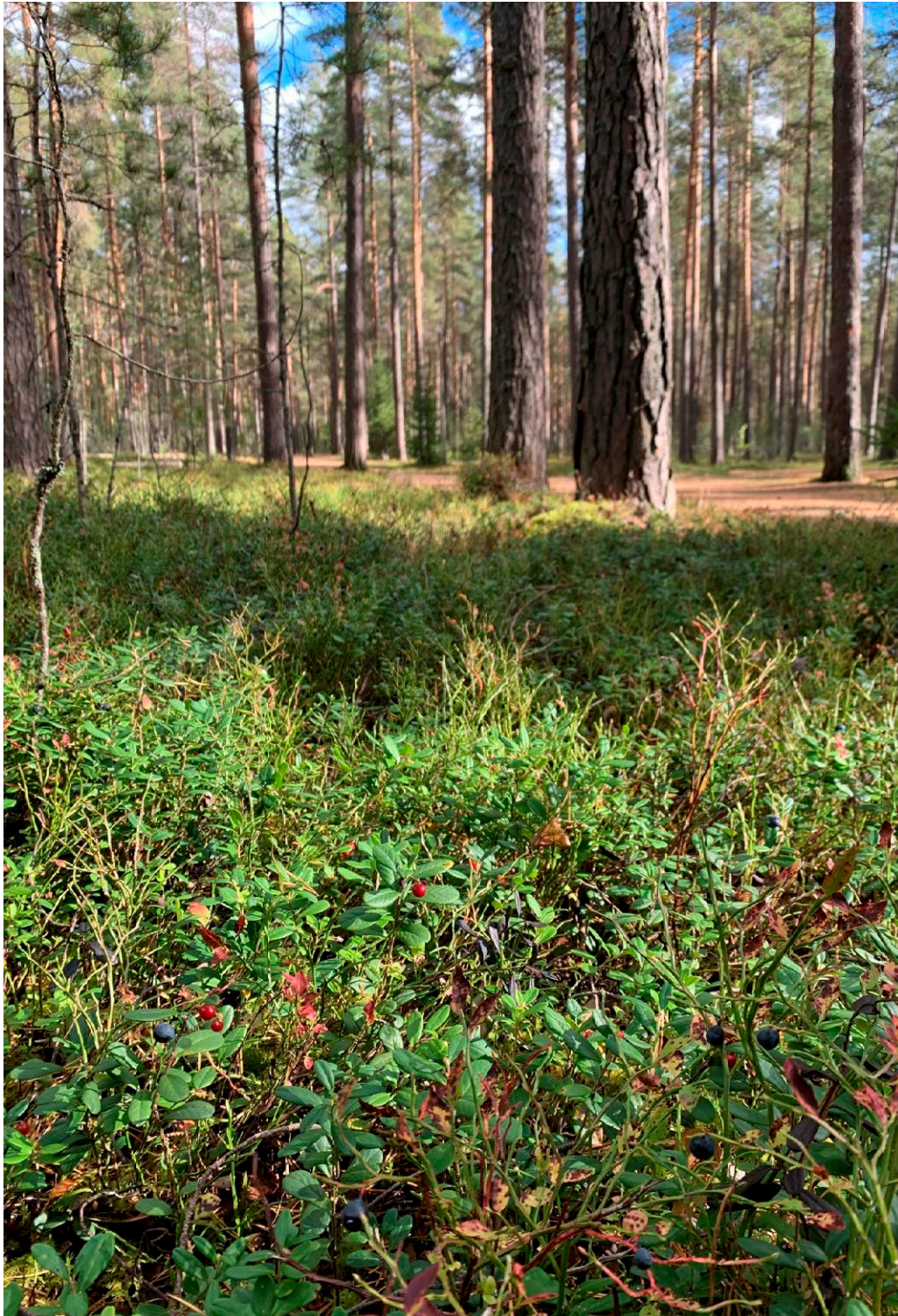
Förläggare	Arbets- och näringsministeriet
Distribution/ beställningar	Elektronisk version: julkaisut.valtioneuvosto.fi Beställningar: vnjulkaisumyynti.fi

Description sheet

Published by	Ministry of Economic Affairs and Employment		16 December 2020
Authors	Mika Honkanen		
Title of publication	Potential of national parks for the development of the natural products sector		
Series and publication number	TEM Toimialaraportit 2020:3		
ISBN PDF	978-952-327-563-8	ISSN (PDF)	2736-9382
Website address (URN)	http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-327-563-8		
Pages	43	Language	Finnish
Keywords	Sector reports of the Ministry of Economic Affairs and Employment, natural products, natural parks, biosphere, nature tourism		
Abstract <p>The numbers of visitors at national parks are growing fast. In Finland there are 25 nature centres and 40 national parks, with a total surface area of more than one million hectares. In 2019 the impacts of national parks on the revenue and employment in local economies totalled about EUR 219 million and more than 1,700 person-years. At present five parks produce about 70% of the total revenue from national parks. National parks and nature centres could be excellent marketplaces for natural products, combined with the economies of scale offered by the platform economy to promote exports.</p> <p>Tourism routes around national parks are important for the visibility and accessibility of national parks and natural products. Location-specific branding would help create added value for the products in the domestic market as well. International examples of work done on branding national parks can be found e.g. in Germany and Austria.</p> <p>The biosphere sites of UNESCO are part of the Man And Biosphere (MAB) science programme. Both of the two biosphere sites in Finland also include a national park. The biosphere sites encourage to take action and find sustainable solutions for the development of a viable society through research, education and cooperation. The networks of biosphere sites and the operating model could also be a significant opportunity for the natural product sector in the future.</p> <p>Contact person at the Ministry of Economic Affairs and Employment: Innovations and Enterprise Financing/ Business Sector Services/Katri Lehtonen, katri.lehtonen@tem.fi, +358 29 506 4926</p> <p>Contact person at the Centre for Economic Development, Transport and the Environment: Mika Honkanen, mika.honkanen@ely-keskus.fi, +358 295 026 102</p>			
Publisher	Ministry of Economic Affairs and Employment		
Distributed by/ publication sales	Electronic version: julkaisut.valtioneuvosto.fi Publication sales: vnjulkaisumyynti.fi		

Sisältö

Saatteeksi	9
1 Johdanto	10
2 Kansallispuistojen potentiaali luonnontuotealan kehitykselle ja aluetalouden vaikutukset	12
2.1 Metsähallituksen kansallispuistojen käyntimäärät ja luvut	12
2.2 Luonnontuoteyrittäjän luvat ja sopimukset kansallispuistoissa ja valtion alueilla	17
2.3 Monimuotoisuudesta lisäarvoa luonnontuotteille (Natura 2000, Helmi-ohjelma, METSO-ohjelma)	18
3 Luonnontuotteet hyvinvoinnin, matkailun ja elintarvikkeiden ekosysteemissä	19
3.1 Vieraskynä: Luonnon helmet matkailijoille tunnetuiksi – Raija Komppula, matkailuliiketoiminnan professori, Itä-Suomen yliopisto	21
3.2 Vieraskynät: Matkailureittien merkitys palveluiden kehittämisessä – Leena Tervakorpi, ohjelmajohtaja, Visit Karelia ja Anna Rintinen, projektipäällikkö, Maa- ja kotitalousnaiset Itä-Suomi	23
4 Vastuullisuus ja kestävä kehitys luonnontuotteissa	26
4.1 Luonnontuotteet ja strategiat	27
4.2 Luonnontuotteiden uusi mahdollinen pilottialusta – Unescon Man and the Biosphere (MAB) -ohjelma	28
4.3 Vieraskynät: Unescon biosfäärialueet työkaluna luonnontuotealan kestävässä kehityksessä – Vilma Lehtovaara, Pohjois-Karjalan biosfäärialueen koordinaattori, Pohjois-Karjalan ELY-keskus ja Katja Bonnevier, Saaristomeren biosfäärialueen koordinaattori, Paraisten kaupunki	29
5 SWOT-analyysi ja toimialan muutosvoimat	33
6 Lopuksi	36
Lähteet	38
Liitteet	41
Liite 1. Saaristomeren biosfäärialueen karttakuva	41
Liite 2. Pohjois-Karjalan biosfäärialueen karttakuva	42
Liite 3. Suomen kansallis- ja luonnonpuistojen karttakuva	43



Kuva 1. Luonnontuotteet kauppapaikassaan.

SAATTEEKSI

Toimialaraportit-julkaisusarjassa on koottu tietoaineistoja eri lähteistä toimialakohtaisiksi perustietopaketeiksi. Näissä raporteissa käsitellään toimialan rakennetta, markkinoiden kehitystä, alan yritysten taloudellista tilaa, investointeja ja tulevaisuuden näkymiä. Lähteinä on käytetty viimeisintä saatavilla olevaa tilastoaineistoa ja toimialan yrittäjien, yritysten ja alan muiden keskeisten toimijoiden näkemyksiä.

Toimialapalvelu julkaisee sekä toimiala- että teemaraportteja. Ne käsittelevät elintarvike-alaa, uusiutuvaa energiaa, puutuotealaa, kaivosteollisuutta, sosiaali- ja terveystaloutta, matkailua, liike-elämän palveluita sekä luonnontuotealaa. Toimialaraporttien lisäksi julkaitaan ajankohtaiskatsauksia toimialojen näkymiin. Viimeisin luonnontuotealan näkymät julkaistiin elokuussa 2020.

Toimialapalvelu on työ- ja elinkeinoministeriön johdolla toimiva asiantuntijaverkosto. Se kokoaa, analysoi ja välittää tietoa yritysten toimintaympäristöstä päätöksenteon pohjaksi. Toimialapalvelun verkosto toteuttaa julkaisutoimintaa ja viestintää sekä järjestää asiantuntijaseminaareja. Julkaisut sekä uutiskirje ovat saatavissa Toimialapalvelun verkkosivuilta osoitteesta www.tem.fi/toimialapalvelu.

Luonnontuoteala on tulevaisuuden toimiala, jolla on selkeää potentiaalia kasvaa vuosittain. Luonnontuotteita ovat marjat, sienet, yrtit ja mahla sekä esimerkiksi koristekasvit ja hyvinvointi- ja kosmetiikkatuotteiden raaka-aineet. Luonnontuotteisiin liittyvä palveluliiketoiminta kehittyy jatkuvasti ja erityisesti hyvinvointi ja matkailu ovat korostuneet viime vuosien aikana. Kansallispuistojen mahdollisuus kauppapaikkoina sekä muita luonnontuotealan kasvualustoja on tuotu esille tässä teemaraportissa yhdessä kestävä kehityksen kanssa.

Kiitän kaikkia tämän raportin kokoamiseen osallistuneita.

Joensuussa 3.11.2020
Mika Honkanen
Toimialapäällikkö

1 Johdanto

Luonnontuotteista puhuttaessa raaka-aineet ovat metsän keruutuotteita ja niihin liittyviä palveluita sekä jalosteita. Tässä teemaraportissa tuodaan erityisesti esille matkailun, hyvinvoinnin ja alustatalouden teemat. Teemaraportti käsittelee kansallispuistojen roolia luonnontuotealan kauppapaikkana sekä kehittämisen uhkia ja mahdollisuuksia. Metsähallitus seuraa vuosittain kansallispuistojen ja luontokeskusten alueellisia kokonaistulo- ja työllisyysvaikutuksia. Muita sellaisia liiketaloudellisia seurantajärjestelmiä ei ole tunnistettu, joilla olisi tässä merkitystä luonnontuotealan tulevaisuuden mahdollisuuksien arviointiin. Metsähallitus toimii luonnontuotealan edelläkävijänä kumppanuusmalleissa. Perinteisen toimialaluokitusjärjestelmän rinnalle olisikin kysyntää taloudellisen seurantatiedon kehittämiselle, joka huomioisi laajemmat taloudelliset vaikutukset.

Luonnon hyvinvointivaikutuksia mitataan yleensä vasta tuotteistuksen ja syntyneen liiketoiminnan kautta. Luonnontuotealalla on käytetty merkittävästi resursseja raaka-aineiden saannista huolehtimiseen. Luonnontuotealalla kaikkia arvon ulottuvuuksia ei kuitenkaan vielä hyödynnetä ja siksi luonnontuotealalla onkin huomattavaa liiketoimintapotentiaalia uusille innovaatioille.

Suomessa luonnontuotteet ovat pääosin rakentuneet puhtauden sekä arktisuuden arvojen ympärille. Luomu-sertifikaatti hyödyttääkin elintarvikeviennissä. Vaikka eurolehtitunnus on alueriippumaton, Itävalta hyödyntää alueidensa erityispiirteitä matkailuun liittyen. Kansainvälisesti vertailtuna Saksa ja Itävalta ovat huomioineet myös aluesidonnaisuuden lisäarvon tuotemerkeissä. Eurolehtitunnus itsessään on alueriippumaton. Itävalta hyödyntää alueiden erikoisuutta erityisesti matkailuun liittyen. Tämän raportin aiheeksi on valikoitunut kansallispuistojen potentiaali liiketoiminta-alustoina erityisesti näiden kansainvälisten vertailumaiden perusteella.

Kansallispuistot alustoina liittyvät vahvasti kestävän kehityksen tavoitteisiin. Koronapandemia on vaikuttanut ilmastokeskusteluun heikentävästi. Talouden elvytyksen aikana suuret investointiyhtiöt edelleen huomioivat hiilineutraaliuden ja ekotehokkaat ratkaisut ydintoimintoihin. Luonnontuotealan on pystyttävä katsomaan ajassa pidemmälle ja keskittyttävä sen vahvuuksiin ekologisten arvojen ympärillä. Luonnontuotteiden merkitys

tulevaisuuden liiketoiminnassa näkyy myös luonnonvaratalouden kiinnostuksen kasvuna. Kasvu syntyy sekä luontaisesta kehityksestä että strategisista valinnoista.

Luonnontuotteet nähdään Suomessa biotalouden lisäarvon tuottajina ja monimuotoisuuden edistäjinä. Luonnontuotteet on otettu vahvemmin viime vuosina mukaan myös matkailun ja hyvinvoinnin strategioihin. Itä-Suomen yliopiston matkailuliiketoiminnan professori Raija Komppula on hyvinvointi- ja luontomatkailun sekä niihin liittyvien palvelujen kehittämisen asiantuntija. Vieraskynässä ennustetaan muun muassa tuotteiden ja palvelujen kulutuksen eettisten ja vastuullisten valintojen merkityksen kasvua. Eettisten valintojen merkitys tulee näkymään aluetaloudellisina vaikutuksina paikallisten palvelujen ja paikallisuuden arvostuksen nousuna.

Tässä luonnontuotealan teemaraportissa on vahva ilmastönäkökulma ja aiheita käsitellään kestävän kehityksen lasien läpi. Tästä syystä on tärkeä myös tuoda esille Unescon Man and the Biosphere -ohjelma. Ohjelma on nimensä mukaan tarkoitettu sanoittamaan ihmisen ja luonnon kestävää yhteiseloä. Ohjelman tavoitteena eivät ole ainoastaan suojelulliset näkökulmat vaan myös taloudellisen hyödyntämisen mahdollisuudet turvallisuuden ja hyvinvoinnin edistäjänä. Aiheen ympärille on pyydetty Suomen molempien biosfäärialueiden koordinaattoreiden vieraskynäosuus. Katja Bonnevier työskentelee Paraisten kaupungilla, Saaristomeren biosfäärialueen (Liite 1) kehittäjänä. Vilma Lehtovaara on Pohjois-Karjalan ELY-keskuksen ympäristöasiantuntija ja edistää osaltaan Pohjois-Karjalan biosfäärialueen (Liite 2) toimintaa.

Luonnontuotealan arvoverkoston tärkeä osa toimijoiden yhteistyötä syntyy reitistöistä. Tietä, jolla on sen yleiseen liikenteelliseen merkitykseen nähden poikkeuksellisen runsaasti matkailijoiden kannalta merkittäviä kohteita, kutsutaan Tiehallinnon (nyk. Väyläviraston) määritelmän mukaan matkailutieksi.¹ Matkailureittien rooli korostuu maantiematkailussa, jossa kohteita voidaan tuoda näkyvästi esille myös verkkosovellusten kautta. Matkailureitit ovat tärkeä alusta kansallispuistojen ja luonnontuotteiden näkyvyydelle ja tavoitettavuudelle. Reittien ja näkyvyyden puolesta puhutaan kolmannessa vieraskynässä. Visit Karelian Lakeland Kasvusysäys-hankkeen ohjelmajohtaja Leena Tervakorpi sekä Maa- ja kotitalousnaiset Itä-Suomen Sisältöä kulinaristille kulttuurista -hankkeen projektipäällikkö Anna Rintinen näkevät luonnon Suomen matkailun vahvimpana vetovoimatekijänä. Digitaaliset alustat mahdollistavat palveluita, joissa esimerkiksi yksityiset ihmiset voivat yritysten ohella tarjota Live like local -tuotteita ja maksua vastaan viedä matkailijoita paikallisen seurassa tai ohjaamana marjaan, luontopoluille, metsäkylläpyyn tai vaikka nuotiokahville tähtiä katselemaan. Vuoden 2020 kesäkausi on osoittanut, että tällaiselle palvelulle on kysyntää.

¹ Suomen matkailutiet ovat Revontulentie, Via Karelia, Sininen tie, Sodan ja rauhan tie, Tervan tie, Vihreän kullan kulttuuritie, Taikayöntie, Hämeen härkätie, Saariston rengastie, Kuninkaantie ja Pohjanlahden rantatie. Näistä reiteistä kansainvälisiä reittejä ovat Via Karelia, Kuninkaan tie ja Sininen tie. Valtatie 5 on yksi Suomen pääväylästä, joka ei ole saanut matkailutien statusta, mutta joka voidaan kuitenkin huomioida merkittävänä kansainvälisenä reittinä. (Tiehallinto 2004.)

2 Kansallispuistojen potentiaali luonnontuotealan kehitykselle ja aluetalouden vaikutukset

Kansallis- ja luonnonpuistot (Liite 3) ovat luonnonsuojeluverkoston runko. Suomessa on yhteensä 40 kansallispuistoa, joiden pinta-ala on hieman yli miljoona hehtaaria. Kansallispuistojen tavoitteena on pyrkiä säilyttämään Suomen luonnon arvokkaimmat kohteet ja monimuotoisuus erityispiirteineen. Kansallispuistot ovat avoimia kohteita, ja useimmissa niistä on tarjolla opastus- ja retkeilypalveluita.²

Luontokeskuksilla (liite 3) on merkittävä rooli kansallispuistojen kehitysinstrumentteina ja markkinapaikkoina. Suomessa on yhteensä 25 luontokeskusta, ja yli puolet niistä sijaitsee Lapin alueella. Keskuksista on yleensä saatavilla retkeily- ja matkailuneuvontaa, opastuksia, näyttelyitä, elokuvia, varauspalveluita ja ravintolapalveluita.³

2.1 Metsähallituksen kansallispuistojen käyntimäärät ja luvut

Metsähallitus seuraa aktiivisesti kansallispuistojen, valtion retkeilyalueiden ja eräiden muiden suojelu- ja virkistysalueiden kävijämääriä ja niihin liittyviä talous- ja työllisyysvaikutuksia. Metsähallituksen selvityksen mukaan vuoden 2019 taloudellisesti viiden merkittävimmän kansallispuiston kokonaistulovaikutus oli yhteensä 156,6 miljoonaa euroa. Kaikkien 40 kansallispuiston kokonaistulo- ja työllisyysvaikutukset⁴ vuodelle 2019 olivat yhteensä 219,3 miljoonaa euroa ja 1 726 henkilötyövuotta. Jos viisi puistoa tuottaa noin 70 prosentin osuuden kansallispuistojen kokonaisuudesta on potentiaali laskennallisesti ajateltuna merkittävä. Jokaisessa näissä viidessä kansallispuistossa on luontokeskus.

² Ympäristöministeriö 2020.

³ Luontoon.fi 2020.

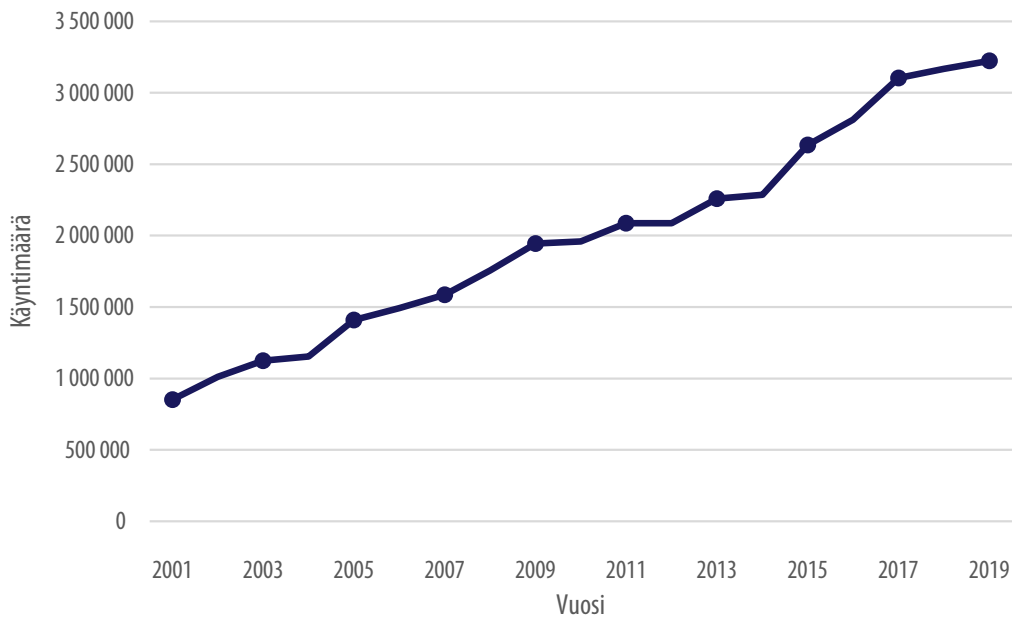
⁴ Tulo- ja työllisyysvaikutukset on laskettu Excel-pohjaisella paikallistaloudellisten vaikutusten arviointisovelluksella, joka pohjautuu Yhdysvalloissa käytössä olevaan MGM2 (Money generation model) -menetelmään. (Metsähallitus, Luontopalvelut 2009.)

Metsähallituksen seuraamilla alueilla on vierailut potentiaalisia asiakkaita vuonna 2019 yhteensä noin 5,1 miljoonaa.⁵

Saaristomeren kansallispuiston ja Kolin kansallispuiston kokonaistulovaikutuksen osuus on ollut vuonna 2019 yhteensä 26,5 miljoonaa euroa. Saaristomeren kansallispuisto ja Kolin kansallispuisto kuuluvat molemmat biosfäärialueeseen.⁶ Biosfäärialue on ennen kaikkea alueellinen työväline, joka pystyy huomioimaan kulttuurisen sekä biologisen monimuotoisuuden kansainvälisessä yhteistyössä.⁷

Vuodesta 2014 alkaen kansallispuistojen kävijämäärien kehitys on ollut erityisen kovassa kasvussa (taulukko 1). Vuoden 2001 jälkeen on perustettu 10 uutta kansallispuistoa, millä on merkitystä käyntimäärän kehitykseen. Selkämeren ja Sipoonkorven kansallispuistot kasvattivat kokonaispinta-alaa perustamishetkellä noin 10 prosenttia vuonna 2011.

Taulukko 1. Kansallispuistojen käyntimäärän ja pinta-alojen kehitys vuosina 2001–2019.



Lähde: Metsähallitus.

⁵ Metsähallitus, Luontopalvelut 2019.

⁶ Metsähallitus, Luontopalvelut 2019.

⁷ UNESCO 2017.

Vuoden 2020 aikana kävijämäärien kasvu on näkynyt myös uutisoinnissa sekä sosiaalisen median kanavissa. Pysäköintialueet ovat olleet tietyissä kohteissa ylikuormituksella ja osaan onkin saatu investointeja. Retkeilyyn tarkoitetuille alueille on myös käyttöasteen kasvun myötä tullut lieveilmiöitä, jotka voidaan osaltaan tulkita tietämättömyydestä johtuviksi. Kestävän turismin hallinta edellyttää tehokasta suunnittelua.⁸

Luonnonvarakeskus on julkaissut lokakuussa 2020 raportin, jossa on tehty skenaariotarkastelu COVID-19-pandemian vaikutuksista metsäsektoriin, maa-, elintarvike- ja kalatalouteen sekä luontoon perustuvaan matkailu- ja luonnontuotealaan 2020-luvulla. Vuoden 2020 aikana luonnon virkistyskäyttö ja kotimainen luontomatkailu ovat lisääntyneet entistään. Palveluiden kysyntä ei kuitenkaan ole kasvanut samassa mittakaavassa. Kansainvälisen kysynnän laskua ei pysty suoraan kompensoimaan kotimaisen kysynnän kasvulla yritysten liikevaihdossa. Ulkomailta saapuva kuluttaja poikkeaa pääsääntöisesti kotimaisesta ostajasta sekä kulutuskäyttäytymiseltään että ostovoimaltaan. Kysynnän ja tarjonnan äkillinen muutos koronapandemian seurauksena on kiihdyttänyt toimialojen uusiutumistarvetta. Luontomatkailun ja luonnontuotealan kysynnän kehitykseen vaikuttavat erityisesti kansainväliset ja kansalliset liikkumisrajoitukset sekä kuluttajien luottamus omaan taloustilanteeseensa. Luonnontuotteita hyödyntävien luontomatkailuyritysten on nyt tehtävä kehittämispanostuksia. Julkisen tuen merkitys on tässä kohtaa erittäin suuri.⁹

Luontokeskukset ja luontoyrittäjät ovat kiinnostuneita luonnontuotteista.¹⁰ Luontokeskus on käytännössä luonnontuotteiden ”showroom”. Taulukossa 2 on vuoden 2019 kävijämääriä 22 luontokeskuksesta. Listasta puuttuvat Tiedekeskus Pilke, Merenkurkun vierailukeskus Maailmanperintöportti sekä Teijon luontokeskus. Käyntimäärä maastossa on ollut vuonna 2019 Teijossa yhteensä 108 400 ja Merenkurkun saaristossa (Maailmanperintöportti) yhteensä 80 500. Tiedekeskus Pilke sijaitsee Rovaniemen keskustassa.

⁸ Kestävistä matkailumalleista on runsaasti informaatiota tarjolla Metsähallituksen lisäksi kansainvälisiltä järjestöiltä, kuten EUROPARC 2020.

⁹ Luonnonvarakeskus 2020.

¹⁰ Nihtilä 2018.

Taulukko 2. Luontokeskusten ja muiden asiakaspalvelupisteiden käyntimäärät 2019.

Asiakaspalvelupiste	Käyntimäärä
Hossan luontokeskus	71 700
Hämeen luontokeskus	16 400
Ivalon palvelupiste	13 000
Kalajoen Meriluontokeskus	22 100
Kilpisjärven luontokeskus	16 900
Kolin luontokeskus Ukko	99 500
Kuhmon luontokeskus Petola	9 900
Kuusamon palvelupiste Karhuntassu	20 700
Liminganlahden luontokeskus	59 300
Oulangan luontokeskus	81 700
Pallastunturin luontokeskus	45 600
Pyhä-Luoston luontokeskus Naava	128 300
Saariselän palvelupiste Kiehininen	22 400
Saimaan luontokeskus Riihisaari	34 400
Savukosken opastuskeskus	2 100
Seitsemisen luontokeskus	24 800
Suomen luontokeskus Haltia	181 300
Syötteen luontokeskus	41 400
Tammisaaren luontokeskus	12 100
Tunturi-Lapin luontokeskus	30 900
Yllästunturin luontokeskus Kellokas	96 500
Ylä-Lapin luontokeskus Siida	121 100

Lähde: Metsähallitus.

Luontokeskus voi toimia yrityksen ja Metsähallituksen yhteistyömallilla. Metsähallitus on pyrkinyt yritysveitoisilla luontokeskuksilla aktivoimaan hiljaisemmat kohteet. Näistä esimerkkejä ovat erityisesti Savukosken opastuskeskus sekä Seitsemisen luontokeskus. Yleisestikin luontokeskukset tekevät paljon yhteistyötä useiden kumppanien ja yrittäjien kanssa. Metsähallituksen arvion mukaan keskimäärin kansallispuistokävijät tuovat 10 euroa jokaista puiston retkeilypalveluihin ja luontokeskuksiin sijoitettua euroa kohti. Matkailualueilla sijaitsevista kansallispuistoista hyötysuhde on jopa 14 euroa. Valtio tarjoaa maksuttomat peruspalvelut ja elinkeinosektori maksulliset palvelut.

Case: Itävalta

Itävalta on luonnonpuistojen¹¹ sekä niihin liittyvien brändien edelläkävijä. Brändeihin linkittyy vahvasti alueellisuus sekä usein myös luomu. Poikkeuksena Suomen kansallispuistoihin Itävallan toimintamallissa luonnonpuistoissa on maatalousmaan viljelytoimintaa. Viljelijät tuottavat perinteisellä tavalla laadukkaita tuotteita, joilla edistetään luonnonpuiston biologista monimuotoisuutta.

Alueille on rakennettu erilaisia kriteerejä tuotteille. Luonnonpuisto-tuotemerkin tuotteet valmistetaan luonnonpuistossa. Yritys sijaitsee myös luonnonpuistoyhteisössä. Luonnonpuiston erikoisuuksien arvokkaat ainesosat tulevat luonnonpuistoyhteisöltä (esim. yrtit yrttisuolassa). Luonnonpuiston erikoisuudet ovat laadukkaita tuotteita. Niiden tuottajat osallistuvat yleensä laatumerkkiohjelmaan tai ovat luonnonmukaisen yhdistyksen jäseniä. Laatua valvoo säännöllisesti luomuyhdistys tai laatumerkkiohjelma. Jos luonnonmukaista tuotantoa harjoittavaan yhdistykseen tai laatumerkkiohjelmaan ei ole mahdollista kuulua, tuottajat ja tuotteiden laatu on ilmoitettava luonnonpuiston johdolle.

Toiminnalla edistetään kulttuurimaiseman säilyttämistä (esim. perinteisin tuotantomenetelmin). Ostetut raaka-aineet täyttävät luonnonpuiston erikoisuuksien laatuvaatimukset eli ne ovat peräisin kestävästä ja oikeudenmukaisesta tuotannosta. Alueilla järjestetään paljon tapahtumia, ja ne ovat aidosti tehokkaita kauppapaikkoja. Tuottajat tietävät luonnonpuistonsa tavoitteista ja identiteetistä ja samaistuvat niihin esimerkiksi käyttämällä logoa etikettien, banderollien, tunnisteiden tai vastaavien muodossa tai kiinnittävät maatilalleen kyltin tai laatan, jossa on merkintä "Österreichische Naturpark-Spezialitäten".

Itävallan luonnonpuistot ovat esimerkki siitä, miten alueellinen ja kestävä tuotanto voidaan yhdistää alueen vahvistamiseen säilyttäen samalla luonnolliset elinympäristöt. Matkailulla on tärkeä rooli Itävallassa, ja siksi sen ilmentymä näkyy myös muiden toimialojen sisällä. Luonnontuotteet ovat Suomen kansallispuistojen raaka-aineita, ja niiden edistäminen aluebrändäyksen keinoin kauppapaikassaan on mahdollista.

¹¹ <https://www.naturparke.at/spezialitaeten/>

2.2 Luonnontuoteyrittäjän luvat ja sopimukset kansallispuistoissa ja valtion alueilla

Kansallispuistot tarjoavat erinomaisen toiminta-alustan luonnontuotealan yrittäjille. Liiketoiminnan harjoittaminen valtion alueilla halutaan hoitaa kestävästi, ja siksi toimintaan liittyy luvanvaraisuus. Metsähallituksen Luontopalvelut on julkaissut vuonna 2016 kestävän matkailun periaatteet, joiden mukaisesti luonto- ja kulttuuriarvoja ylläpidetään.¹²

Metsähallituksen Luontopalvelut ylläpitää luonnonsuojelu- ja retkeilyalueiden peruspalveluja valtion mailla ja vesillä. Yksityinen kuluttaja hyötyy alueista maksutta, mutta yritysten tulee maksaa niiden käytöstä asiakaskohtainen käyttökorvaus. Suojelualueilla käytössä on kahdentyyppisiä yhteistyösopimuksia, jotka neuvotellaan Luontopalvelujen kanssa. Maksuttomassa sopimusmallissa (yhteistyösopimus ilman käyttöoikeuden luovutusta) yrittäjä ei käytä toiminnassaan Metsähallituksen ylläpitämää retkeilyinfraa vaan esimerkiksi hyödyntää kohteita viestinnän tukena. Maksuttomia sopimuksia hyödyntävät yleisimmin majoitus- ja ravintolayrittäjät. Maksullisessa käyttöoikeuden luovutuksessa palveluyritys vie asiakkaita säännöllisesti kohteisiin.¹³

Valtion metsätalouskäytössä olevista monikäyttömetsistä voi kerätä listan mukaisia luonnontuotteita, kuten esimerkiksi kuusenkerkkiä tai pakurikääpää hankkimalla henkilökohtaisen luonnontuoteluvan. Sen sijaan rauhoittamattomia kukkia, metsämarjoja ja sieniä sekä maahan pudonneita oksia, käpyjä ja terhoja voi kerätä sieltä, missä liikkuminen jokamiehenoikeudella on sallittua.¹⁴

¹² Metsähallitus 2016.

¹³ Metsähallitus 2020.

¹⁴ Metsähallitus 2020.

2.3 Monimuotoisuudesta lisäarvoa luonnontuotteille (Natura 2000, Helmi-ohjelma, METSO-ohjelma)

Kansallispuistot ovat laajoja luonnonsuojelualueita, joiden erityisenä tehtävänä on turvata monimuotoisuutta. Luonnonsuojelulla sekä luonnon monikäytöllä on suuri merkitys luonnontuotealan arvoverkostossa. Metsien monikäyttö on taloudellisesti kannattavampaa kuin ainoastaan puuraaka-aineen tuottaminen. Kaikki valtion monikäyttömetsät ovat PEFC-sertifioituja.¹⁵ Metsähallituksen liikevaihto on kasvanut vuodesta 2017 vuoteen 2019 yhteensä noin 12 prosenttia, samalla kun henkilötyövuosien määrä on laskenut noin 10 prosenttia.¹⁶

Luonnon monimuotoisuuden turvaaminen mahdollistaa luonnontuotealan kehittymisen sekä turvaa raaka-aineiden saatavuutta. Suomen biodiversiteettipolitiikan erityinen huomio kiinnittyy luonnonvarojen kestävään käyttöön. Ympäristöministeriö ohjaa ja valvoo luonnonsuojelua Suomessa. Eduskunta on myöntänyt luonnonsuojeluun 100 miljoonaa euroa lisämäärärahaa vuodelle 2020. Luonnonsuojeluun liittyvät erilaiset suojeluohjelmat sekä verkostot, joilla pyritään aktivoimaan yksityisiä maanomistajia. Ohjelmiin liittyminen on vapaaehtoista.¹⁷

Yksityisten metsänomistajien suojelutoimintaa edistetään seuraavilla keinoilla:

- Natura 2000 -verkosto Suomessa on noin viisi miljoonaa hehtaaria, ja siihen kuuluvat myös valtion retkeilyalueet. Suomen verkostosta maa-alueita on kolme neljäsosaa ja vesialueita yksi neljäsosa.
- Helmi-elinympäristöohjelma tukee ja vahvistaa edelleen luonnon monimuotoisuutta ja turvaa ekosysteemipalveluja. Käytännössä rahoitusta on suunnattu soiden ennallistamiseen, kosteikkoihin, perinnebiotooppeihin, metsien elinympäristöihin sekä pienvesien ja rantaluonnon kunnostukseen. Vuonna 2020 Helmi-ohjelmaan suunnataan 42 miljoonaa euroa.
- METSO-metsiensuojeluohjelma on Etelä-Suomen metsien monimuotoisuusohjelma, jossa yhdistetään monimuotoisuuden suojelu ja hoito sekä talouskäyttö. Metsänomistajat, jotka ovat liittäneet alueitaan METSO-ohjelmaan, saavat suojelusta ja luonnonhoidosta korvausta. Korvauksen suuruus määräytyy puuston arvon perusteella.¹⁸

¹⁵ PEFC-sertifikaatin vaatimukset kohdistuvat mm. metsien monimuotoisuuden turvaamiseen, metsien terveyden ja kasvun ylläpitoon sekä virkistyskäyttöön. Puuraaka-aineen ja puutuotteiden seurannalle on myös asetettu vaatimuksia toimitusketjuissa (<https://pefc.fi/>).

¹⁶ Metsähallitus 2020.

¹⁷ Ympäristöministeriö 2020.

¹⁸ Ympäristöministeriö 2020.

3 Luonnontuotteet hyvinvoinnin, matkailun ja elintarvikkeiden ekosysteemissä

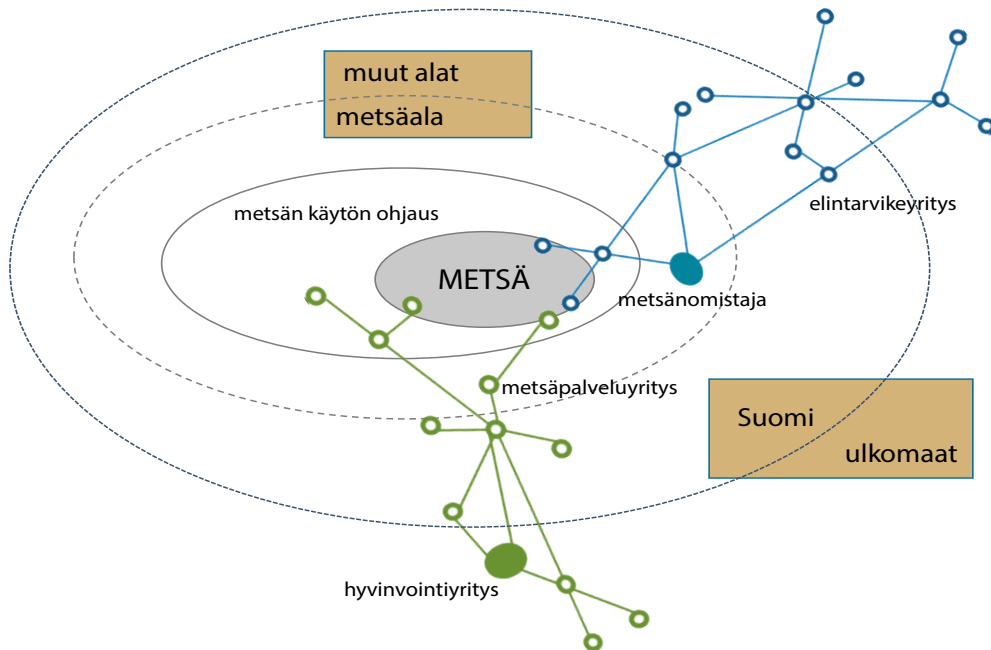
Luonnontuotealan yritykset jakautuvat eri toimialaryhmiin. Alkutuotantoa ja elintarvike-yrityksiä on eniten, mutta arvoverkosto toimii kuitenkin laajemmin. Verkoston rakenteen tunnistaminen on tärkeä osa toimialan kehittymistä. Luonnon tuottamia palveluita kutsutaan ekosysteemipalveluiksi. Ekosysteemi-käsitettä käytetään myös muissa yhteyksissä, kun kuvataan jotakin rajattua toiminnallista kokonaisuutta. Luonnontuotealan ekosysteemin keskiössä on metsä (kuva 2). Metsän ympärillä olevat toiminnot voidaan jakaa eri vyöhykkeisiin. Kehän etäisyys ekosysteemipalveluista määrittää toiminnan tasoa. Kansainvälinen hyvinvointipalvelu on saavuttanut jo uloimpia kehärakenteita. Pihkan raaka-ainetuotanto puolestaan on hyvin konkreettisesti ydintoimintojen läheisyydessä. Verkostoajatelussa voidaan nähdä, että jokin muu toimiala tai tekijä yhdistää ydintoiminnon lisäksi uloimmilla kehillä. Yhdistävänä tekijänä voidaan tässä nähdä esimerkiksi matkailu.

Itä-Suomen yliopiston metsätieteiden osaston ja kauppatieteiden laitoksen sekä Luonnonvarakeskuksen toteuttamassa Luonnontuotealan rajat rikkova liiketoimintaekosysteemi (LUTU) -hankkeessa pyritään tunnistamaan olemassa olevia resursseja sekä niiden puutteita. Luonnontuotealalla on jo tunnistettu selkeitä arvotekijöitä, joita ovat esimerkiksi paikallisuus, turvallisuus ja yhteiskunnallinen hyöty. Luonnontuoteala on siis toimiala, jossa arvoilla on merkitystä.

Luonnon hyvinvointivaikutusten taloudellisesta merkityksestä -raportissa¹⁹ vuodelta 2013 todetaan myös nykyhetken haasteille. Useille luonnon mahdollistamille palveluille ja tuotteille ei ole toimivia markkinoita, tämä vaikeuttaa niiden kehittämistä liiketaloudellisesti. Tässä yhteydessä on olennaista käsitellä myös erilaisia alustoja luonnontuotealan näkökulmasta. Raportin ydinkysymys liittyy kansallispuistojen tulevaisuuden rooliin. Kansallispuisto

19 Konttinen 2013.

itsessään voidaan käsittää puhtaana markkinapaikkana liiketalouden termein. Markkinapaikkaan voidaan sitoa rajapintoja hyödyntäviä ja monipuolisempia alustoja.



Kuva 2. Luonnontuotealan ekosysteemi. Lähde: Luonnontuotealan rajat rikkova liiketoimintaekosysteemi (LUTU) -hanke.

Luonnontuoteala voidaan nähdä sekä horisontaalisena että vertikaalisena eri alustojen rajapintana. Digitaalisuus puolestaan mahdollistaa uudenlaisten palveluiden ja tuotteiden kehittämisen suoraan alustayrityksen asiakkaille. Toimialojen ristipölytys tapahtuu tehokkaimmin juuri näissä rajapinnoissa. Alustatalous mahdollistaa uudenlaiset, kustannustehokkaasti ja globaalisti skaalautuvat digitaaliset tuote- ja palveluinnovaatiot yli perinteisten toimialojen.

Luonnontuotealaan liittyvillä hyvinvointipalveluilla voidaan nähdä eniten kasvupotentiaalia. Hyvinvointipalvelut liittyvät osaltaan myös matkailun tuotteistamiseen. Toisaalta taas hyvinvointi on myös vahva itsenäinen elementti, ja sen sitominen liiaksi jonkin toimialan rakenteisiin voi vääristää todellisia kasvun mahdollisuuksia.

Koronapandemian myötä luontoon liittyvä matkailu on kasvanut. Luonnontuotealaan liittyvät luontomatkailun palvelut ovat raaka-aineisiin kytkeytyjä, kun taas monet luonnossa tapahtuvat muut aktiviteetit ovat välinesidonnaisia. Toisaalta niiden yhdistäminen mahdollistaa laajan elämyskirjon.

Luonnontuotealan elintarvikeyritykset ja kansallispuistot ovat mahdollisesti vahvimmin esillä luontokeskuksissa sekä luontokeskusten ravintolapalveluissa. Retkiruokien merkitys kasvaa luontomatkailun kysynnän mukana. Myös luonnolla on tarjottavaa retkiruokien täydennykseen ennen matkaa tai matkan aikana. Retkiruokaopas tarjoaa laajan tietopaketin myös markkinointiin.²⁰

3.1 Vieraskynä: Luonnon helmet matkailijoille tunnetuiksi – Raija Komppula, matkailuliiketoiminnan professori, Itä-Suomen yliopisto

Kansainväliset kuluttajakäyttäytymisen trendit ennustavat, että tulevaisuudessa kuluttajat tekevät sekä tavaroiden että palvelujen kulutuksessa yhä enemmän eettisiä ja vastuullisia valintoja, mikä tarkoittaa esimerkiksi lähellä tuotetun puhtaan ruuan merkityksen kasvua sekä paikallisten palvelujen ja paikallisuuden arvostuksen nousua. Matkailussa maata pitkin matkustaminen ja lähimatkailu ovat nousussa, mitä on myös kiihdyttänyt vuonna 2020 keväällä alkanut covid-19-pandemia.

Muita kulutustrendejä ovat henkilökohtaisen hyvinvoinnin korostuminen, uudenlainen yhteisöllisyys ja toisaalta myös omaa yksilöllistä identiteettiä heijastava kulutus. Yhä useampi kuluttaja haluaa hidastaa tahtia, nauttia hiljaisuudesta, viettää muutamia päiviä ilman digihälyä ja somea tai kehittää henkistä kapasiteettiaan ja toisaalta haastaa fyysisiä voimavarojaan. Lisäksi on huomioitava eri kansallisuuksien välisiä eroja trendeissä: samaan aikaan, kun jotkut kuluttajaryhmät ovat yhä turvallisuushakuisempia, toiset taas hakevat jännitystä ja seikkailua, tai kun jotkut toivovat luksusta ja palvelua, ovat toiset suuntautuneet hakemaan pitkälle menevää itsepalvelua verkossa.

Kaikki nämä kulutustrendit lupaavat hyvää suomalaiselle luontomatkailulle, jonka resursseja parhaimmillaan edustavat kansallispuistot, Metsähallituksen ylläpitämät retkeily- ja virkistysalueet sekä erilaiset luonnonsuojelualueet. Monissa tutkimuksissa on todettu luonnossa oleilun edistävän sekä mielen että kehon terveyttä, ja marjojen, sienten ja muiden luonnontuotteiden hyvinvointivaikutuksista ovat jo esi-isämme olleet tietoisia. Puhdas hengitysilmä, puhtaat luonnon antimet ja jokamiehen oikeus ja vapaus liikkua luonnossa ovat suomalaisen luontoon perustuvan hyvinvointimatkailun peruspilareita. Suomalainen wellness ei ole luksushotelleja tai tuontikaviaaria vaan paikallisista marjoista, sienistä, yrteistä sekä kalasta ja riistasta valmistettua ruokaa, luonnon kauneutta ja kiireetöntä rauhaa.

²⁰ Ahlman 2018.

Jotta kansallispuistoissa voitaisiin edelleenkin nauttia luonnon rauhasta, olisi ensiarvoisen tärkeää, että luontomatkailun kävijäpaine kohdistuisi tasaisemmin eri alueille ja kansallispuistojen välillä ruuhkaksi muodostuneet kävijämäärät purkautuisivat myös vähemmän suosittuihin kohteisiin. Tämä kuitenkin edellyttäisi sitä, että matkailutoimijat ymmärtäisivät myös muiden kuin kansallispuistojen arvon luontomatkailun resurssina ja hyödyntäisivät tätä resurssia myös omassa markkinoinnissaan.

Vaikka juuri julkaistun Itä-Suomen yliopiston tohtoriopiskelijan Esko Sorakunnaksen tutkimuksen mukaan luonto, sen kauneus, yllätyksellisyys ja erityisyys ovatkin luontomatkailun tärkein elämyksen lähde, elämyksen mahdollistavilla palveluilla on keskeinen rooli luontomatkailun vetovoimatekijöinä. Kaupunkilaiset luontomatkailijat kaipaavat myös luontomatkallaan valmiiseen ruokapöytään, joten luonnon omiin antimisiin erikoistuneilla ruokapalveluyrityksillä on nyt kysyntää. Kun myös majoituspalvelut ovat lähellä, on luontokohteeseen helppo tulla. Luontokohteiden tuntumassa sijaitsevien yritysten olisi hyvä linkittää kansallispuistot ja muut luontokohteet omaan markkinointiinsa, koska luontokohteet ovat keskeinen majoitustoiminnan vetovoimatekijä.

Vapaa-ajan matkailija hakee elämyksiä, mikä taas tarkoittaa, että tarvitaan muutakin vetovoimaa kuin hotellihuone tai rantamökki. Tottuneet luontomatkailijat kyllä löytävät tietoa, mutta nyt, kun luontoon suuntaa moni sellainenkin, joka ei ole ennen luontomatkailua harrastanut, tarvitaan laajaa yhteistyötä ja viestintää vähemmän tunnettujen luontokohteiden markkinoinnissa.

Luontomatkailun yksi tärkeä ominaisuus on juuri se, että voi irrottautua hetkeksi mobiililaitteiden koudasta, ottaa digidetoxin ja nauttia luonnon rauhasta. Siksi matkailun kehittämisen kannalta olisi ensiarvoisen tärkeää, että meillä olisi resursseja pitää yllä tienvarren opasteita, retkeilyreittejä sekä alueille jo rakennettua palveluvarustusta myös syrjäisemmillä alueilla.

Omatoiminen luontomatkailu on monelle suomalaiselle tuttua ja eväät kulkevat mukana. Ulkomaiset matkailijat ovat kuitenkin usein kotimaassaan tottuneet siihen, että ravitsemispalveluja on tarjolla myös luontokohteissa tai niiden lähetyvillä. Matkailijat arvostavat erityisesti paikallista, tuoreista raaka-aineista valmistettua konstailematonta kotiruokaa. Erityisesti työtä tarvitaan siinä, että myös uudet luonnon kutsun kuulleet kaupunkilaiset asiakkaat löytäisivät myös syrjemässä sijaitsevat pienet kohteet, joissa ehkä piilevät suomalaisen luontomatkailun kauneimmat helmet.

3.2 Vieraskynät: Matkailureittien merkitys palveluiden kehittämisessä – Leena Tervakorpi, ohjelmajohtaja, Visit Karelia ja Anna Rintinen, projektipäällikkö, Maa- ja kotitalousnaiset Itä-Suomi

Luonto on Suomen matkailun vahvin vetovoimatekijä. Sen kautta voidaan matkailijalle tarjota moniaistillisia kokemuksia, joissa maisema, äänet, tuoksut ja maut jättävät muistijälkiä yhdessä tekemisen, osallistamisen ja oppimisen kautta. Paikallista elämäntapaa, kulttuuria ja historiaa voidaan tehdä tunnetuksi tarinoiden ja henkilöiden kautta. Tavoitteena on, että aidoksi koettu elämys kerrotaan eteenpäin. Moniaistillista ja merkittävää kokemusta edistää monipuolinen yhteistyö yli toimialarajojen, esimerkiksi ruoka- ja kulttuuritapahtumat luonnossa ja luovan alan osaamisen hyödyntäminen lisäarvon tuojana (AR/VR/MR-tuotannot). Luontoa ja luonnontuotteita hyödyntävien yritysten kannattaa nostaa esiin viestinnässään paikallisia ominaisuuksia, jotka lisäävät alueen vetovoimaa, kuten ilman ja luonnon puhtaus, arktisuus (vahvat maut), ekologisuus, vastuullisuus ja jäljitettävyyden sekä tutkitut hyvinvointivaikutukset.

Luonnontuotteisiin liittyviä matkailupalveluita on nykypäivänä hyvin monenlaisia. Palvelutarjonnan painotuksia ja teemoja ohjaavat vuodenaikat kasvuseason keinoon ja ympäröivä luonto, kuten vesistöt, metsät ja suot. Tyypillisesti kyse on luonto- ja eräoppaiden tai maaseutumatkailu-, ohjelma- tai elämyspalveluyritysten tarjoamasta lyhytkestoisesta luonnossa tapahtuvasta liikkumisesta, jonka ohessa tutustutaan erilaisiin luonnontuotteisiin ja niiden ominaisuuksiin. Samalla luonnontuotteita voidaan kerätä hyödynnettäväksi esimerkiksi käsitöissä (paju, havu, sammal ym.), hyvinvointituotteina (terva, pihka ym.) tai nautittavaksi herkullisen ruoan ja juoman muodossa. Turvallisuuskäytännöistä oleellista on palveluntuottajan riittävä luonnontuoteosaaminen. Monesti palveluntuottajat ovatkin suorittaneet esimerkiksi villiyrittien tai sienten poimijavalmennuksen. Toimijan on myös ymmärrettävä, milloin kyse on jokamiehenoikeuksista ja milloin tarvitaan maanomistajan lupa. Yhteiskäyttömetsissä ja suojelualueilla toimiessa tulee olla tietoinen luonnontuoteluopiin ja sopimuskumppanuuksiin liittyvistä velvoitteista.

Luonnontuotealaan liittyvät lisäksi erilaiset kalastuksen ja metsästyksen ohjelmalvelut, joissa korostuvat erityisesti toiminnan vastuullisuus ja eettisyys. Luonnon hyvinvointivaikutuksiin perustuviin ohjelmalveluihin, kuten metsäkylpyihin tai -joogaan, voidaan yhdistää luonnontuotteista koostettuja ruokailuja, yrttikylpyjä tai vaikkapa turvesauna. Muita luonnontuotteisiin liittyviä palveluita ovat luontokuvaus ja eläinten tarkkailun elämyspalvelut, sekä Green Care -palvelut luontohoiva (kuntouttavaa ja ennalta ehkäisevää toimintaa) ja luontovoima (luontolähtöisiä virkistys-, hyvinvointi- ja harrastuspalveluita). Luonnontuotteet voivat näkyä matkailutoiminnassa myös konkreettisella tasolla, esimerkiksi

koristeina, astioina tai mukaan ostettavina matkamuistoina, erilaisina hoitotuotteina tai elintarvikkeina.

Koronapandemia on toden teolla herättänyt kotimaan matkailijoiden kiinnostuksen Suomen luontomatkailukohteita, erityisesti kansallispuistoja kohtaan. Käytön lisääntyessä myös kuluminen lisääntyy, ja haasteita tuovat retkietiketin puuttuminen ja roskaaminen ja monien kansallispuistojen osalta myös heikko saavutettavuus pysäköintiongelmineen. Viimeksi mainittua voisi lähestyä mm. luontokohteet ja liikenteen solmukohdat yhdistävällä hop on hop off -kiertomatkan pilotoinnilla, johon last mile -ratkaisuin yhdistettäisiin myös majoitus-, ravitsemis- ja muut käyntikohteet. Tämä siirtäisi osaltaan painetta suosituimmista kohteista vähemmän tunnettuihin, vähentäisi yksityisautoilun tarvetta sekä parantaisi kansallispuistoissa ja niiden ympärillä sijaitsevien matkailupalveluiden löydettävyyttä ja sitä kautta käyttöastetta ja kannattavuutta.

VisitKarelian vetämä Lakeland Kasvusysäys -hanke 2020–2022 tähtää koko Järvi-Suomen alueen maakuntarajat ylittävään yhteistyöhön. Tavoitteena on muodostaa digitaalisesti ostettavissa olevia matkareittejä ja palvelukokonaisuuksia kansainvälisille ja kotimaisille ostajille. Tämän uudenlaisen liiketoiminnan tavoitteena on tuoda mm. luontopalvelut paremmin asiakkaiden saataville, tuottaa parempi palveluiden käyttöaste, pidentää matkailijoiden viipymiä sekä tukea palveluiden ympärivuotisuutta.

Hankkeen toimenpiteenä kehitetään uudenlaista varausalustaa (Koko Travel Planner), jossa asiakkaille esitellään kiinnostavia matkareittejä itse valikoitujen kriteerien perusteella ja matkailija voi reaaliajassa suunnitella, varata ja ostaa muodostuneen matkapaketin. Usean päivän palvelukokonaisuudet, kuten Metsähallituksen tarjoamat viikon lammaspaimenlomat (=luontodetox) tai Äksyt Ämmät -matkatoimiston viikon kestävät hiihtäen, pyöräillen tai patikoiden tehtävät majatalosta majataloon -matkat, voidaan tarjota matkailijan ostettavaksi osana reittiä tai erikseen valittavana lisäohjelmaksi. Lyhyempiä ohjelmia, kuten Karu Survivalin ohjaama muutaman tunnin tai puolen päivän melontaretki, johon liitetään eräkokkipalveluita tai Marttojen (tai jonkun muun alihankkijan) tuottama ruokapalvelu, voi ohjelmassa olla useampia. Ostamista ja myyntiä helpottava alusta herättää laajemmin asiakkaiden kiinnostuksen, kun maksullisten majoitus-, ravitsemis- ja ohjelmapalveluiden lisäksi sieltä löytyy myös maksuttomia kohteita, kuten patikointi-, pyöräily- ja melontareitistöjä ja luontoon tehtyjä VR-elämyksiä. Valmiit, teemoitetut reittiehdotukset tuovat myös tuntemattomammat kohteet matkailijoiden ulottuville.

Toisenlainen varausalusta Doerz on konseptoinut palvelun, jossa yksityiset ihmiset voivat yritysten ohella tarjota Live like local -tuotteita ja maksua vastaan viedä matkailijoita paikallisen seurassa tai ohjaamana marjaan, luontopoluille, metsäkylpyyn tai vaikka nuotiokahville tähtiä katselemaan. Mennyt monin tavoin poikkeuksellinen kesä on jo todistanut, että tällaiselle palvelulle on kysyntää. Luonto halutaan kokea tavalla tai toisella. Kulttuuri

voidaan tuoda luontoon tai luonto viedä ihmisten luo. Pienois kangaspuut (Taito Pohjois-Karjala) tuodaan Kolin huipulle työpajaa varten tai asiakas osallistuu vuorovaikutteiseen villiruokatyöpajaan internetin välityksellä (Puukarin Pysäkki). Virtuaaliset matkakokemukset ovat tulleet jäädäkseen ja mahdollistavat unelmoinnin ja elämykset myös monille tähän asti heikosti huomioituille asiakasryhmille (esim. liikuntaesteiset tai muuten terveydentilansa vuoksi rajoittuneet).

Maa- ja kotitalousnaiset ovat tuotteistaneet jo 1980-luvulla matkailureittejä, joissa teemoina ovat olleet erityisesti maisema ja ruoka. Tälläkin hetkellä on käynnissä useita hankkeita, joissa rakennetaan vastaavia tuotteistuksia. Esimerkiksi Sisältöä kulinaristille kulttuurista -hankkeessa päätavoitteena on liittää Via Karelia -reitti osaksi eurooppalaista kulttuurireittiä vahvistamalla ja kehittämällä alueen matkailupalveluita. Kulttuuri- ja ruokamatkailuun sekä luontoon ja luonnon kestävään käyttöön liittyvällä hankkeella kehitetään yritysten liiketoimintaa ja henkilöstön osaamista sekä edistetään yrittäjyyttä.

Hankkeen kantavina teemoina ovat kulttuurinen luovuus ja monimuotoisuus, ruoka, karjalaisuus ja itärajan läheisyys. Hankkeessa hyödynnetään paikkabrändäys (place branding) -metodia, jossa paikkaan liittyviä mielikuvia pyritään muokkaamaan aktiivisesti ainutlaatuisien vetovoimatekijöiden kautta. Prosessissa on useampi toisiaan vahvistava rinnakkainen elementti, joilla lisätään tunnettuutta ja näkyvyyttä (Via Karelia, Karelia á la carte, itärajan alueidentiteetti). Lisäksi kehitetään ylimaakunnallisia tuotteita, palveluita ja yhteistyötä. Toimintaa ja ajattelutapaa organisoidaan uudelleen viestintä- ja kumppanuusmuotojen kautta. Hankkeessa kartoitetaan reitin olemassa olevat resurssit, kuten maisemat, monimuotoinen luonto, yritykset tuotteineen ja palveluineen, infra sekä tärkeimmät sidosryhmät. Tuotteistuksessa yhdistetään itäisen raja-alueen kulttuurisidonnaisia tapoja, perinteitä, tarinoita, ruokaa ja historiaa reitin resursseihin.

Yksi Koko Travel Plannerin ensimmäisessä versiossa esiintyvistä reiteistä on matkailureitti Via Karelia. Via Karelia nousee esiin, kun hakukriteeriksi laitetaan esimerkiksi ruoka, luonto, kulttuuri, kansallispuisto tai matkailureitti, sillä monipuolisen matkailutien pääteemoja ovat ruoka, luonto, ortodoksisuus ja sotahistoria. Alustalla asiakas voi perinteiseen reittiin lisätä haluamiaan elementtejä alustan tarjoamien ehdotuksien perusteella tai muuttamalla reittiä kartalla. Alustaa pilotoidaan Järvi-Suomen alueella, ja se on ensimmäisessä vaiheessa suunnattu kansainvälisille markkinoille. Englanninkielinen alusta on alusta asti myös kotimaisten asiakkaiden käytettävissä muun muassa alueiden matkailusivustojen kautta. Tervetuloa mukaan kehittämään Koko Travel Plannerista mahdollisimman käyttäjäystävällinen!

4 Vastuullisuus ja kestävä kehitys luonnontuotteissa

YK:n kestävä kehityksen toimintaohjelma, Agenda2030, on hyväksytty 25.9.2015 New Yorkissa. Se rakentuu osana Rio-prosessin kestävä kehityksen politiikkaa (United Nations 2015). Tavoitteita on yhteensä 17. Alatavoitteita on 169, mikä osoittaa toimintaohjelman laajuuden. Luonnontuotealan arvoverkoston näkökulmasta voidaan huomioida erityisinä kestävä kehityksen tavoitteina

- ruokaturvan saavuttaminen sekä ravitsemuksen parantaminen
- terveellinen elämä ja hyvinvointi kaikenikäisille
- laadukas koulutus
- kestävä talouskasvu ja tuottava työllisyys
- kulutus- ja tuotantotapojen kestävyys
- ilmastomuutoksen hidastaminen ja pysäyttäminen
- vesistöjen luonnonvarojen kestävä käyttö
- maaekosysteemien suojelu ja kestävä käytön edistäminen
- vahvempi tuki kestävä kehityksen toimeenpanoon ja globaaliin kumppanuuteen.



Kuva 3. Kestävä kehityksen tavoitteet, Agenda2030. Lähde: YK.

Suomessa kestävän kehityksen toimikunta jakaa kestävän kehityksen kolmeen ulottuvuuteen. Niitä ovat ekologinen kestävyys, taloudellinen kestävyys sekä sosiaalinen ja kulttuurinen kestävyys. Kyse on mahdollisuuksien turvaamisesta. Talouden näkökulmasta voidaan myös puhua pääomista. Luonnontuotteissa pääomina korostuvat osaaminen, tutkimus ja kehitys, tuotantokoneisto, rakennettu ympäristö, lainsäädäntö, hallinto sekä uusiutuvat luonnonvarat. Suomi toimeenpanee globaalia kestävän kehityksen Agenda2030-toimintaohjelmaa esimerkiksi kestävän kehityksen yhteiskuntasitoumuksen kautta. Se on eräänlainen päivitetty versio perinteisestä strategiasta. Yhteiskuntasitoumus on jaettu kahdeksaan tavoitteeseen, joista jokainen tavoite rakentuu Agenda2030-tavoitteista.²¹

4.1 Luonnontuotteet ja strategiat

Luonnontuotealalla on paljon kytköksiä eri strategioihin (kuva 4). Merkittävimmät tavoitteet toimialan kehitykseen ovat löydettävissä kansallisesta metsästrategiasta ja siihen liittyvistä alueellisista metsäohjelmista, joita on valmisteltu vuoden 2020 aikana. Tavoitteita ovat metsiin perustuva monipuolinen kasvu, mukaan lukien palvelut sekä luonnontuoteala. Mittareina on käytetty luonnontuotteita sekä luontomatkailua.



Kuva 4. Luonnontuotteet strategiayön osana.

²¹ Suomen kestävän kehityksen toimikunta 2016.

Suomen kansallinen biotalousstrategia pyrkii tavoitteillaan luomaan uutta talouskasvua ja uusia työpaikkoja. Luonnontuoteala pystyy tarjoamaan tässä kentässä useita eri mahdollisuuksia. Erityinen mahdollisuus on nähtävissä palveluliiketoiminnan osa-alueilla. Ekosysteempipalvelujen merkitys on tunnistettu, ja luontomatkailun sekä hyvinvointipalvelujen uskotaan tuovan lisätuloja. Nykyisessä biotalousstrategiassa on maininta luonnontuotteista seuraavasti: ”Luonnontuotteet tarjoavat biotaloudelle uusia liiketoimintamahdollisuuksia, ja niiden tuotteistamista ja vientiä voitaisiin kasvattaa merkittävästi uusien kuluttajatrendien ansiosta.”

Suomen matkailustrategia²² vuosille 2019–2028 rakentuu kestävän matkailun periaatteiden pohjalta, ja yhteistyö on läpileikkaavana teemana. Uusien yritysten uskotaan syntyvän toimialojen rajapinnoille, joilla luonto on toimintaympäristönä. Kansallispuistot sekä luontokeskukset on myös mainittu erikseen. Digitaalisten ratkaisujen käyttöä pyritään lisäämään, mikä mahdollistaa myös luonnontuotteille uusia markkina-alueita. Strategian taustalla on työ- ja elinkeinoministeriön vuonna 2015 laatima matkailun tiekartta vuosille 2015–2025. Tiekartassa korostuvat matkailukeskukset, yritysverkostot sekä muiden alojen rajapinnat.

Pellolta pöytään -strategia liittyy Euroopan vihreän kehityksen ohjelmaan, jossa ruokaturva ja elintarvikeketjut on otettu huomioon. Keruutuotteet tukevat ympäristökestäviä viljelytapoja sekä luomutuotantoa. Maatilat ovat usein isoja metsänomistajia, ja esimerkiksi luomukeruualueiden edistäminen on mahdollista näiden strategisten linjausten mukana.

4.2 Luonnontuotteiden uusi mahdollinen pilottialusta – Unescon Man and the Biosphere (MAB) -ohjelma

MAB-ohjelma on hallitusten välinen tieteeseen pohjautuva ihmisen ja ympäristön yhteistyön kehittämiseen tarkoitettu työväline. Se on innovaatioekosysteemi, eli alueellisesti, kansallisesti ja kansainvälisesti toimiva verkosto. Biodiversiteetti ja sen säilyttäminen on kaiken keskiössä.

MAB-ohjelmat ilmentyvät biosfäärialueiden kautta. Alueet ovat kansallisen hallinnon ja lainsäädännön alla sekä kansainvälisesti tunnustettuja. Biosfäärialueilla voidaan poikkitieteellisesti testata muutoksia sosiaalisen ja ekologisen systeemin vuorovaikutuksesta. Toimintamalli sisältää myös konfliktien ennaltaehkäisyyn sekä keskustelun biodiversiteetistä.

²² Työ- ja elinkeinoministeriö 2019.

Biosfäärialue on ennen kaikkea alueellinen työväline, joka pystyy huomioimaan kulttuurisen sekä biologisen monimuotoisuuden kansainvälisessä yhteistyössä.²³

Suomessa on kaksi biosfäärialuetta, joissa molemmissa on kansallispuisto. Saaristomeren biosfäärialue (Liite 1) eroaa Pohjois-Karjalan biosfäärialueesta (Liite 2) luontonsa puolesta, mutta myös hallinnollisesti. Biosfäärialueet edustavat niin sanotusti hybridimallia, jossa on julkisen sektorin pieni rahoitus ja hallinnointi. Muutoin toiminta rakentuu itsenäisesti alueidensa toimijoiden vahvassa vuorovaikutuksessa. Toimintaan liittyy kumppanuusverkosto-ajattelumalli. Biosfäärialue on työkalu, jonka lisäarvon määrittävät sen toimijat.

Biosfäärialueiden muodostumisessa valtion rooli on olennainen. Ruotsin ympäristönsuojeluvirasto²⁴ tukee aktiivisesti biosfäärialueiden toimintaa Ruotsissa. Virasto on hankkinut myös selvitystyön siitä, miten alueet ovat saavuttaneet biosfäärialueen statuksen.²⁵ Ruotsin toimintamallissa on havaittavissa vastaavia elementtejä kuin Suomen kestävän kehityksen toimikunnassa.

4.3 Vieraskynät: Unescon biosfäärialueet työkaluna luonnontuotealan kestävässä kehityksessä – Vilma Lehtovaara, Pohjois-Karjalan biosfäärialueen koordinaattori, Pohjois-Karjalan ELY-keskus ja Katja Bonnevier, Saaristomeren biosfäärialueen koordinaattori, Paraisten kaupunki

Biosfäärialueet voisivat toimia työkaluna ja yhteistyöverkostona kehitettäessä luonnontuotealaa kansallispuistojen yhteydessä. Unescon biosfäärialueet ovat maailmanperintökohteiden ja geoparkkien hitusen huonommin tunnettuja sisaruksia. Ne ovat osa Ihminen ja biosfääri -tiedeohjelmaa (MaB), jonka tavoitteena on parantaa ihmisen ja ympäristön välistä suhdetta. Tällä hetkellä biosfäärialueita on 124 eri maassa yhteensä 701. Ne kattavat noin Kiinan kokoisen alueen, ja niihin kuuluvat yhdet maailman hienoimmista alueista, kuten esimerkiksi Galapagossaaret. Biosfäärialueiden on määrä toimia YK:n Agenda2030-ohjelman mukaisten kestävän kehityksen tavoitteiden toteuttamisen malli- ja kokeilualueina.

²³ UNESCO 2017.

²⁴ Swedish Environmental Protection Agency 2020.

²⁵ Sandström & Olsson 2013.

Biosfäärialueet rakentuvat luonnonsuojelualueiden tai kansallispuistojen ympärille ja täydentävät niitä kehitystoiminnallaan. Biosfäärialue-nimitys sinällään ei tuo suojaa juridisessa mielessä, eikä se myöskään rajoita tai lisää olemassa olevia suojelualueita koskevia vaatimuksia. Biosfäärialueet nimenomaan kannustavat toimimaan ja löytämään kestäviä ratkaisuja elinvoimaisen yhteiskunnan kehittämiseksi tutkimuksen, koulutuksen ja yhteistyön avulla. Biosfäärialueiden verkostot sekä toimintamalli voisivat olla myös luonnontuotetalle erinomainen mahdollisuus tulevaisuudessa.

Saaristomeri, saarten mosaiikki ja Pohjois-Karjala, metsien ja soiden mosaiikki

Suomessa on kaksi biosfäärialuetta: Saaristomeren ja Pohjois-Karjalan biosfäärialueet. Niiden hallinnoinnista vastaa ympäristöministeriö ja paikallinen ELY-keskus. Molemmat biosfäärialueet ovat kuitenkin kehittyneet alueidensa mahdollisuuksien ja haasteiden muokkauksena.

Saaristomeren kansallispuisto perustettiin vuonna 1983, kun alettiin etsiä ratkaisuja saariston rikkaan luonnon säilyttämiseen. Lisäksi suuri osa Saaristomeren saaristoa on vuodesta 1994 lukien kuulunut biosfäärialueiden verkostoon. Biosfäärialue koostuu Saaristomeren kansallispuistosta ja Turunmaan saariston alueista, jotka kuuluvat Paraisten kaupungille ja Kemiönsaaren kunnalle. Kulttuurimaisemien monet eri luontotyypit tekevät Saaristomesta yhden maamme runsaslajisimmista alueista.

Saariston rikas ja monipuolinen luonto on edellytys myös yhteisön hyvinvoinnille. Biosfäärialueella on runsaat 3 500 asukasta, joista osa asuu pienillä saarilla, joihin ei ole maantielauttayhteyttä. Asukkaista pääosa on ruotsinkielisiä, ja heidän keski-ikänsä on suhteellisen korkea. Vapaa-ajan asukkaita on moninkertainen määrä vakinaisiin verrattuna. Vuosituhannen vaihteen jälkeen matkailu alueella on kaksinkertaistunut ja lisääntyy edelleen tasaisesti. Matkailun lisääntymisen myötä kasvaa myös matkailun merkitys elinkeinona saaristossa, mikä samalla luo erinomaiset mahdollisuudet paikallisten luonnon- ja artesaaniruokatuotteiden kasvuun.

Pohjois-Karjalan biosfäärialue on perustettu vuonna 1992. Alueen virallinen raja-alue käsittää Lieksan, Ilomantsin ja Joensuun kaupungin Tuupovaaran kaupunginosan, mutta biosfäärialuetoimintaa on koko Pohjois-Karjalan maakunnassa. Biosfäärialue edustaa metsäistä Suomea, ja harvaan asutulle maakunnalle on luonteenomaista metsien, soiden, vaarojen ja vesistöjen runsas määrä. Ominaispiirteisiin kuuluvat myös itärajan läheisyys ja karjalaisuus. Biosfäärialueen ydinalueisiin kuuluvat Kolin, Petkeljärven ja Patvinsuon kansallispuisto, mutta alueella on myös Ruunaan luonnonsuojelualue sekä Koivusuon luonnonpuisto.

Metsästys, kalastus, marjastus ja sienestys ovat hyvin yleisiä ja taloudellisestikin merkittäviä luonnon käyttötapoja alueella. Toisaalta tehokas luonnonvarojen hyödyntäminen näkyy maakunnan maisemassa etenkin metsä-, saha- ja kaivosteollisuutena. Luonnon tarjoamat kestävästi käytettävät uusiutuvat hyödyt eli ekosysteemipalvelut ovat keskeinen näkökulma biosfäärialueella. Kestävä luontomatkailu on pitkään ollut toiminnan ytimessä, ja tavoitteena on ollut esimerkiksi siirtää kansallispuistoissa hyväksi havaittuja käytäntöjä myös osaksi niiden ulkopuolella tapahtuvaa matkailua. Kestävää kehitystä edistetään biosfäärialueilla yhteistyön, kestävä kehityksen kumppanuusverkoston ja erilaisten kansainvälisten hankkeiden kautta.

Biosfäärialuetoiminnan aluetaloudellinen merkitys

Kun kehittäminen tehdään vastuullisesti ja kestävästi, alueen elinvoimaisuus rakentuu vahvalle pohjalle. Biosfäärialuetoiminta on nimenomaan työkalu, jota voidaan käyttää kestävä kehityksen edistämiseen monella eri alalla. Toiminnalla etsitään alueellisia, kestäviä ja vastuullisia toimintatapoja sekä pyritään paikallisuuden ja luonnon monimuotoisuuden nostamiseen alueen voimavaraksi. Biosfäärialueet voivat toimia myös ekologisten, sosiaalisten ja taloudellisten arvojen yhteen sovittamisessa ja alustana, jolla voidaan käydä avoimesti vuoropuhelua vaikeistakin asioista.

Potentiaalisesti biosfäärialueilla voisi tehdä rohkeitakin kokeiluja myös luonnontuotteiden suhteen, sillä kyseessä on nimenomaan kokeilualusta. Suuri merkitys on uusilla mahdollisuuksilla, joita esimerkiksi matkailu ja elintarviketuotannon uudet trendit tuovat mukanaan. Luonnontuotteiden hyödyntäminen ja jatkojalostaminen laajemmin biosfäärialueilla antaisi lisää toimeentulomahdollisuuksia, jotka ovat helposti kytkettävissä muuhun toimintaan ja tukisivat sekä matkailua että sisään muuttamista.

Biosfäärialuetoiminnan merkityksellisyys on myös siinä, että se liittyy alueen ja sen toimijat osaksi paikallisia, maakunnallisia, kansallisia ja kansainvälisiä yhteistyöverkostoja. Unescon ohjelmaan liittyvien verkostojen lisäksi esimerkiksi Pohjois-Karjalan biosfäärialue on mukana myös ylimaakunnallisessa Fennoskandian vihreän vyöhykkeen verkostossa, ja Saaristomeri on aktiivisessa roolissa uudessa kansainvälisessä Biosphere For Baltic -verkostossa. Tällainen erilaisia rajoja ylittävä yhteistyö on elinehto myös luonnontuotealalle ja sen kehittämiselle.

Biosfäärialueet pyrkivät toimimaan eri tahojen toteuttamien kehittämishankkeiden katalysaattoreina saattamalla yhteen ihmisiä, organisaatioita, ideoita, tietoa ja rahoitusta. Biosfäärialuetoiminnan kautta alueen yritykset pääsevät siis osaksi verkostoa, jossa on mahdollisuus vaihtaa jo olemassa olevia hyviä kestävä kehityksen käytäntöjä sekä kehittää niitä kansainvälisissä hankkeissa. Kestävä kehityksen verkostojen kautta hyvät ideat

pääsevät leviämään nopeasti ja kehittymään edelleen. Tässä piilee myös biosfäärialueiden potentiaali.

Tulevaisuuden mahdollisuudet

Luonnontuotteet ovat tärkeä osa luontomatkailua jo nyt, kuten edellisessä vieraskynätekstissä kuvattiin. Kirjoituksessa mainittu Äksyjen Ämmien yritysrypäs on hyvä esimerkiksi kestävästä toimijasta ja kuuluukin osaksi Pohjois-Karjalan biosfäärialueen kumppanuusverkostoa. Matkailutoimintaan on kehittymässä koko ajan uusia muotoja, joissa etenkin aidot kokemukset ja luonnonläheisyys ovat keskiössä. Luonnontuotteilla onkin hyvät mahdollisuudet kehittyä matkailun yhteydessä. Saaristokeskus Korpoström, sekä luontokeskus Ukko Kolin kansallispuistossa ovat myyneet paikallisia käsintehtyjä tuotteita. Keskusten toimintaa voisi edelleen kehittää, jotta ne olisivat yhä vahvempia edelläkävijöitä.

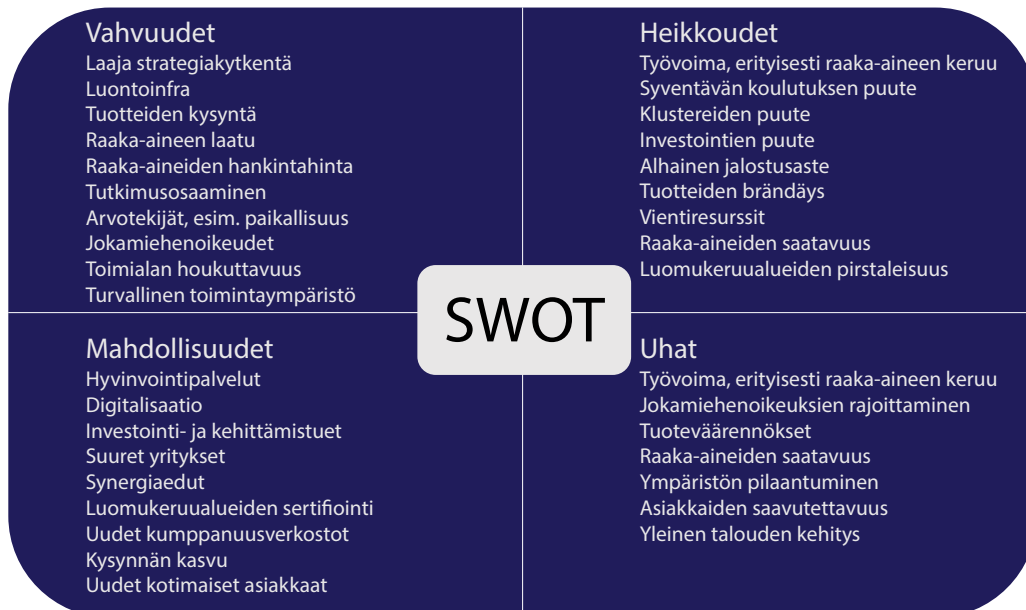
Luonnontuotteet voisivat kuitenkin olla tulevaisuudessa biosfäärialuetoiminnassa merkittävämmässäkin asemassa. Esimerkiksi Saaristossa luonnontuotteiden myynti on vielä aika pienimuotoista. Villiyrtytien hyödyntäminen artesaaniruokatuotteissa on kuitenkin kasvamassa. Biosfäärialueen toiminnan kautta artesaaniruokakonseptia on jalkautettu saaristoon ja uusia tuottajia ja tuotteita on kehittynyt. Joitakin isoja kumppanuusverkostoonkin kuuluvia toimijoita jo löytyy, kuten mahlatuotteistaan tunnettu Nordic Koivu Pohjois-Karjalan biosfäärialueelta.

Luonnontuotealaa tukeva metsäpuutarhakonsepti voisi tuoda uusia mahdollisuuksia. Metsäpuutarhoissa hyödynnetään myös luonnollisesti kasvavat syötävät kasvit. Saaristomeren biosfäärialueella näitä voisivat olla esimerkiksi hasselpähkinä, lehmus, tyrni ja vadelma. Ilmastonmuutoksen myötä voi avautua uusia mahdollisuuksia, samalla kun on sopeuduttava yhä haasteellisempiin muutoksiin. Merestäkin löytyy luonnontuotteita, esimerkiksi rakkolevää ja ns. vähäarvoisia kaloja. Näiden kalastaminen on varsinainen ympäristöteko, sillä se poistaa ravinteita merestä ja edesauttaa meren tilaa. Ehkä tulevaisuudessa voisi olla Saaristomeren sushia, jossa kaikki osat, jopa levä, tulevat Saaristomeren biosfäärialueelta.

Biosfäärialueiden brändi on maailmalla huomattavasti tunnetumpi ja ehkäpä paremmin hyödynnetty kuin Suomessa. Matkailun tulevaisuutta ovat biosfäärialueiden vahvuudet: vastuullisuus ja kestävyys sekä paikallisuus ja aidot kokemukset. Luonnontuotteet linkittyvät tähän vahvasti ja ovat osa alueiden vetovoimaa. Biosfäärialueet voisivat tulevaisuudessa toimia kestävyys-, mutta myös luonnontuotteiden hyödyntämisen kansainvälisen vetovoimaisina mallialueina. Biosfäärialueet ovat kuitenkin työkalu, ja se mitä hyötyä työkalusta on, riippuu siitä, miten työkalua käytetään.

5 SWOT-analyysi ja toimialan muutosvoimat

SWOT-analyysi (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) on nelikenttämenetelmä, jota käytetään strategian laatimisessa sekä oppimisen tai ongelmien tunnistamisessa, arvioinnissa ja kehittämisessä. Se on hyödyllinen ja yksinkertainen työkalu yrityksen toiminnan, hankkeiden ja projektien suunnittelussa. SWOT-analyysissä kirjataan ylös analysoidun asian sisäiset vahvuudet, sisäiset heikkoudet, ulkoiset mahdollisuudet ja ulkoiset uhat.



Kuva 5. Luonnontuotealan SWOT.

Vuoden 2020 alussa julkaistiin Sitran megatrendit sekä Business Finlandin skenaariotyön tulokset.²⁶ Business Finland on tehnyt päivityksen aiemmin keväällä julkaistuihin skenaarioihin. Myös Luonnonvarakeskus on tehnyt skenaariotarkastelun liittyen luonnontuotealaan.²⁷ Tulevaisuuden ennustumallit ovat tiedostaneet niin sanotun mustan joutsenen. Tapahtuma-aika sekä vaikutusten suuruus ja suunta ovat kuitenkin luettavissa vasta ilmiön jälkeen.

Luonnontuotealan nelikenttä on päivitetty vuoden 2019 luonnontuotealan toimialaraportista vastaamaan nykytilaa. Koronapandemian myötä esimerkiksi työvoiman saatavuus raaka-aineiden keruutoiminnassa on selkeästi vahvistunut heikkoutena ja uhkana. Arvojen merkitys on korostunut vahvuutena. Tutkimusosaamisen levittämiseen elinkeinotoiminnassa on nyt kysyntää. Raaka-aineiden laatu on ollut aina Suomessa hyvää ja siihen ei ole tullut muutosta. Jokamiehenoikeudet korostuvat nyt pandemian aikana. Luontoon on turvallista mennä ja siellä olevat peruspalvelut ovat laajasti hyödynnettävissä.

Uudet kotimaiset asiakkaat voidaan nähdä mahdollisuutena. Uudet kumppanuusverkot täytyy hyödyntää haasteellisina ajanjaksoina, ja toiminnan muuttaminen kohti digitalisuutta on väistämätöntä. Koronapandemia on tuonut useille luonnontuotealan jalosteille suurta kysynnän kasvua erityisesti verkkokaupoissa. Alustatalous on suuri mahdollisuus. Uudistumiskyky ja joustavuus ovat yrittäjän elinehto globaalissa maailmantaloudessa. Digitalisointi on mahdollistanut yritystoiminnan kehittymisen myös pandemian aikana. Digitalisointi tarkoittaa käytännössä skaalaetuuksia, joihin muut työvälineet eivät pysty. Luonnontuoteala on toistaiseksi ollut raaka-ainekeskeisyydellään vaatimaton korkean teknologian osa-alueilla. Arvoverkoston ja arvoketjujen näkökulmasta olisi syytä kehittää tehokkaasti myös markkinoiden kysyntää. Toimialat voivat vaikuttaa eri alustojen kehityskulkuun tekemällä valintoja. Ikävä kyllä tällä hetkellä alustamarkkinoilla vallitsee rakenteellinen kilpailun puute, mikä voi vaikuttaa myös luonnontuotealan yritysten liiketoimintaan esimerkiksi tuotevääreännöksen myötä.

Teknologian sulautuminen luonnontuotealaan näkyy lähitulevaisuudessa ja mahdollistaa täysin uudentyyppisiä liikeideoita. Virtuaalinen ympäristö on nostanut arvoaan rajojen sulkeutumisen myötä. Virtuaalinen matkailu mahdollistaa myös aikaulottuvuuden hyödyntämisen tuotteissa. Virtuaalista ympäristöä voidaan hyödyntää eri kulttuurien ja perinteiden visualisoinnissa ja näin ollen myös viedä luonnontuotteiden markkinointia uudelle tasolle. Voihan olla, että esimerkiksi luontokeskuksissa myydään jatkossa pääosin kotimaisille matkailijoille eri luonnontuotteita sekä niihin liittyviä palveluita ja kaikki ulkomainen ostopotentiaali on ainoastaan verkossa.

²⁶ Business Finland 2020.

²⁷ Luonnonvarakeskus 2020.

Koulutukseen on panostettava edelleen. Luonnonvaroihin liittyviä koulutusohjelmia on laajasti, mutta niiden sisältöä olisi mahdollista monimuotoistaa. Raaka-aineiden puolella on tunnistettu erilaisten koneiden ja laitteiden käyttöön tarvittavaa osaamista. Luonnon-tuoteala on edelleen hyvin matalan jalostusasteen toimiala, ja uusien investointien osalta nykytilanne näyttää haastavalta. Brändien osalta mahdollisuuksia on uusien verkostojen kautta, mutta edelleen investointien puute näyttäytyy laajasti heikkoutena. Luomuke-ruualueet ovat olleet isoimpien julkisten tahojen intresseissä toistaiseksi, mutta toiminta-mallin uudistaminen voi tuoda mahdollisuuksia. Klustereiden syntymiselle ei ole tältä osin havaittavissa parannusta. Vahva marjaklusteri on myös joutunut haasteiden eteen tänä vuonna.

Luomukeruualueista käydään jatkuvaa keskustelua elinkeinoelämän ja julkisen tahon kesken. Vientimarkkinoiden vaatimukset huomioiden luomukeruualueiden hidas kasvu tai taantuma on uhka. Verkkokauppa tuo myös uhkia, ja tuotevääreännösten mahdollinen lisääntyminen vaarantaa luonnontuotteiden brändin uskottavuutta. Jos yritys ei ole nykyisellään verkossa, sen mahdollisuus asiakkaiden saavuttamiseksi alenee merkittävästi. Uhkakuvana kehityksen taantumalle on liian alhainen tavoitetaso. Luonnontuotteet ovat kuitenkin hyödykkeitä, joissa on myös korkean jalostusasteen tuotteita, ja näiden kysyn-nän lasku yleisen talouden kehityksen myötä on mahdollista.

Tulevaisuuden keskeisimpänä trendinä ovat epäilemättä ilmastonmuutoksen vaikutukset. Sitran esittämissä megatrendeissä huomio kiinnittyy kuitenkin siihen, että turvallisuutta ei mainita erityisenä trendinä. Suomalaiset ovatkin nyt siirtyneet luontoon hakemaan turvaa sekä liikkumisen vapautta. Luonnontuotteiden osalta kausityövoiman epävarmuus liikku-misrajoitusten aikana herätti laajaa keskustelua raaka-aineketjujen toimintavarmuudesta.

Ympäristön tila edellyttää toimia, joista on jo pitkään keskusteltu, mutta varsinaiset toimet ovat olleet tilanteeseen nähden vaatimattomia. Globaalissa yhteiskunnassa arvopohjai-suus ei valitettavasti aina toteudu, vaan intressit ovat ensisijaisia muutosvoimia ja arvot sekundäärisiä. Tämä intressikeskeinen muutosvoima hidastaa näin ollen ekologisen jäl-leenrakentamisen trendiä. Euroopan vihreän kehityksen ohjelmaa²⁸ on tässä kohtaa myös syytä jatkaa.

²⁸ Euroopan komissio 2020.

6 Lopuksi

Kansallispuistot ovat todellinen mahdollisuus luonnontuotealalle. Kansallispuistojen kävijät ovat potentiaalinen kohderyhmä luonnontuotteiden asiakkaina. Kansallispuistojen käyntimäärät suojelu- ja retkeilyalueille sekä asiakaspalvelupisteille ovat kasvava trendi. Suomen 40 kansallispuistoa on pinta-alaltaan yli miljoona hehtaaria, joka on käytännössä suoraan hyödynnettävissä luomuna. Viisi puistoa tuottaa nykyisellään noin 70 prosentin osuuden kansallispuistojen paikallistalouden kokonaistulosta, eli noin 157 miljoonaa euroa. Luontokeskus Haltia sijaitsee Uudellamaalla ja on kävijämäärältään suurin, mutta ei kuulu 70 prosentin kokonaistulon osuuteen. Palveluliiketoiminta on nähtävissä tehokkaana jalostusarvon tuottajana kansallispuistoissa. Luontokeskuksissa on mahdollistettu liiketoiminnan kehittyminen yhdessä muiden toimijoiden kanssa. Pääosin kansallispuistoissa sijaitsevat 25 luontokeskusta olisivat hyödynnettävissä luonnontuotteiden kivijalkakauppoina yhdistettynä alustatalouden kanssa.

Tulevaisuuden kilpailukyvyn kannalta on tärkeää keskittyä nyt kestävän kehityksen tavoitteisiin. Tämä tarkoittaa käytännössä biosfäärialueiden kaltaista kumppanuustoimintaa luonnontuotealalla. Biosfäärialueet voisivat tarjota uuden sateenvarjobrändin, jonka alla toimisivat niin luomu kuin muutkin kestävän liiketoiminnan tuotemerkit. Alueiden omat erikoisuudet olisi myös mahdollista tuotteistaa yhdessä, kuten Itävallan toimintamallissa. Unescon näkyvyydellä on merkitystä erityisesti kansainvälisellä tasolla. Ministeriöiden yhteistoimintaa tulisi tässä laajentaa. Erityisesti maa- ja metsätalousministeriön, ympäristöministeriön sekä työ- ja elinkeinoministeriön keskinäinen lisäarvon tuotto on tässä erityisen tunnistettavaa. Kestävän kehityksen toimikunta voisi toimia katalyyttinä ja keskustelualustana. Luonnontuotealaa voisi hyödyntää edelläkävijänä yhteistoiminnan pilotoinnissa ja kansainvälisen verkoston toiminnassa.

Lohkoketjuajattelu korostuu digitaalisuuden myötä ja vastuullisuuden seuranta sekä mitarointi ovat entistä läpinäkyvämpiä. Liiketoimintaan liittyvien välttämättömien lupien ja sopimuksien lisäksi yrittäjillä on mahdollisuus edistää kiertotaloutta ja ilmastonmuutoksen hillintää vapaaehtoisilla green deal -sopimuksilla. Luonnontuoteala olisi mahdollista tuoda kokonaisuudessaan sitoumus2050 (<https://sitoumus2050.fi/#/>) -yhteiskuntasitoumuksen alle, kuten seitsemän muuta toimialaa on jo tehnyt. Luonnontuotealaan

liittyvät merkittävät toimijat, kuten PEFC Suomi, hyödyntävät jo yhteiskuntasitoumuksen vaikuttavuutta. Visit Finlandin Sustainable Travel Finland -ohjelma (STF) on matkailuyrityksille suunnattu sertifikaatti, jonka tavoitteena ovat entistä vastuullisemmat ja kestävämmät toimintamallit. Osa matkailuyrityksistä on tehnyt yhteiskuntasitoumuksen ja on lisäksi mukana Sustainable Travel Finland -ohjelmassa.

Suojelutoiminnan arvon ymmärtäminen on tärkeä osa myös luonnontuotealan kehittämistä. Luonnon monimuotoisuuden turvaaminen on koko toimialan kannalta kriittinen ennakkointipanos. Metsäteollisuuden sekä metsänomistajien merkitys vahvistuu edelleen luonnontuotealan hyväksi. Tästä syystä standardien ja luomun yhteistyölle on kysyntää.

Yksityisten metsänomistajien kannattaa pohtia, miten passiivisesta metsänomistuksesta päästään aktiivisen subjektin toimintamalliin. Esimerkiksi luomukeruualue-statuksen ja sertifikaattien yhteistyö on vielä laajamittaisesti hyödyntämättä. Luonnonsuojelualueilla on varmastikin lisäarvoa, jota voidaan käyttää luonnontuotealalla laajamittaisesti. Kansallispuistot tarjoavat jo nyt erinomaisia kauppapaikkojaan hyvinvoinnin edistämiseksi, mutta onko jokin rajapinta huomioimatta yksityisten metsänomistajien osalta? Hyvinvointi, kulttuuri-, ruoka- ja luontomatkailu sekä luonnontuotteet yhdessä reitistöjen kanssa voivat tarjota jo nyt paljon uusia kumppanuusmahdollisuuksia ja verkostoja.

Luonnontuotetoimialalla ei ole vielä omaa kansallista strategiaa, mutta sen merkitystä toimialan identiteetille kannattaa pohtia. Mikä on luonnontuotealan visio, entä missio ja arvot? Miten toimintasuunnitelman toteutumista mitataan? Tällä hetkellä päivitetään useimpia strategia-asiakirjoja, joista merkittävimmät luonnontuotealan kannalta ovat kansallinen metsästrategia sekä biotalousstrategia. Metsästrategia voisi edistää tavoitteillaan raaka-aineiden saatavuutta ja biotalousstrategia luonnontuotealan palveluliiketoiminnan edistämistä ja rajapintojen löytämistä sekä alustataloutta. Kansallispuistot ja luontokeskukset ovat nyt erinomaisia kauppapaikkoja, ja niihin alustatalouden skaalaedut oikein yhdistettynä voidaan saavuttaa jotain merkittävää.

Viennin näkökulmasta erilaiset kauppasopimukset ja standardit korostuvat tulevaisuudessa myös luonnontuotealalla. Suomen kannalta esimerkiksi Etelä-Korea ja Japani on EU-maiden lisäksi syytä huomioida liiketoiminnan kehittämisen osalta. Pohjoismaiselle yhteistyölle on myös tilausta. Venäjän roolia ei kannata väheksyä luonnontuotealan kumppanina, vaan esimerkiksi CBC-hankkeilla voidaan edistää uusien kumppanuuksien syntymistä. Fennoskandian vihreä vyöhyke voisi toimia tässä toiminta-alustana. Alueella sijaitsee monia kansallispuistoja, ja luonnontuoteala pystyisi hyödyntämään näin ollen raja-alueen molempien valtioiden kauppapaikkoja.

Tulevaisuudessa luonnontuoteala tarvitsee poikkihallinnollisia toimintamalleja. Kehitys tapahtuu tehokkaimmin rajapinnoilla, mutta ne on ensin tunnistettava. Maakuva rakennetaan yhdessä.

Lähteet

- Ahlman. 2018. Retkiruokaopas. https://www.luontoon.fi/documents/10550/48368946/Retkiruokaopas_2018.pdf/. 28.10.2020
- Business Finland. 2020. <https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/strategia/business-finlandin-skenaariot/>. 11.10.2020.
- Erkkonen, J., Kyöstilä, M. & von Boehm, A. 2019. Kestävä matkailu suojelualueilla. Opas matkailuyritykselle. Vantaa: Metsähallitus. <https://julkaisut.metsa.fi/assets/pdf/lp/Muut/kestavamatkailu.pdf>. 6.10.2020.
- Euroopan komissio. 2020 https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/european-green-deal_fi. 21.10.2020
- EUROPARC Federation. 2020. <https://www.europarc.org/>. 22.9.2020.
- Konttinen, L. 2013. Luonnon hyvinvointivaikutusten taloudellinen merkitys. Helsinki: Talent Vectia. https://media.sitra.fi/2017/02/27174415/Luonnon_hyvinvointivaikutusten_taloudellinen_merkitys-2.pdf. 28.10.2020.
- Luonnonvarakeskus. 2020. Skenaariotarkastelu COVID-19-pandemian vaikutuksista metsäsektoriin, maa-, elintarvike- ja kalatalouteen sekä luontoon perustuvaan matkailu- ja luonnontuotealaan 2020-luvulla. Luonnonvara- ja biotalouden tutkimus 77/2020. Helsinki: Luonnonvarakeskus (Luke). <https://jukuri.luke.fi/handle/10024/546424>. 21.10.2020.
- Luonnonvarakeskus. 2020. Maaseutubarometri 2020. <https://www.maaseutupolitiikka.fi/uploads/MANE-raportit/Maaseutubarometri-2020-osa-1.pdf>. 6.10.2020.
- Luontoon.fi. 2020. <https://www.luontoon.fi/luontokeskukset>. 22.9.2020.
- Metsähallitus luontopalvelut. 2009. Kansallispuistojen ja retkeilyalueiden kävijöiden rahankäytön paikallistaloudelliset vaikutukset. Vantaa: Metsähallitus. <https://julkaisut.metsa.fi/julkaisut/show/1344>. 4.11.2020.
- Metsähallitus. 2020. <https://www.metsa.fi/maat-ja-vedet/luvat/luonnontuoteluvat/>. 6.10.2020.
- Metsähallitus. 2020. <https://www.metsa.fi/vastuullinen-liiketoiminta/matkailuyhteistyö/luontomatkailuyrittäjyys/>. 6.10.2020.
- Metsähallitus, Luontopalvelut. 2016. Kestävän matkailun periaatteet. Vantaa: Metsähallitus. <https://julkaisut.metsa.fi/assets/pdf/lp/Esitteet/kestavan-matkailun-periaatteet.pdf>. 6.10.2020.

Metsähallitus, Luontopalvelut. 2019. Kansallispuistojen, valtion retkeilyalueiden ja eräiden muiden suojelu- ja virkistysalueiden kävijöiden rahankäytön paikallistaloudelliset vaikutukset vuonna 2019. https://www.metsa.fi/wp-content/uploads/2020/06/ptvaikutukset_2019.pdf. 3.9.2020.

Metsähallitus. 2020. Vuosikertomus ja tilinpäätös 2019. Vantaa: Metsähallitus. <https://julkaisut.metsa.fi/julkaisut/show/2429>. 11.10.2020.

Nihtilä, E. 2018. Puutarha- ja luonnontuotteiden myynti luontokeskuksissa kansallispuistojen porteilla - Matkailukohde kauppapaikkana. Hämeen ammattikorkeakoulu. Puutarhatalouden koulutusohjelma. Opinnäytetyö. https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/145091/Nihtila_Elina.pdf?sequence=1&isAllowed=y. 23.9.2020.

Sandström, E. & Olsson, A. 2013. The process of creating Biosphere Reserves. The Swedish Environmental Protection Agency.

Swedish Environmental Protection Agency. 2020. <http://www.swedishepa.se/Enjoying-nature/Protected-areas/Biosphere-reserves/>. 21.10.2020.

Suomen kestävän kehityksen toimikunta. 2016. Suomi, jonka haluamme 2050 – Kestävän kehityksen yhteiskuntasitoutus. <https://kestavakehitys.fi/documents/2167391/2186383/FINAL+Kest%C3%A4v%C3%A4n+kehityksen+yhteiskuntasitoutus+20+4+2016.pdf/d2d827e7-033a-4d2b-9239-aed6605a12c4/FINAL+Kest%C3%A4v%C3%A4n+kehityksen+yhteiskuntasitoutus+20+4+2016.pdf>. 21.10.2020.

Tiehallinto. 2004. Matkailuteiden määrittely. Tiehallinnon julkaisuja. Helsinki: Tiehallinto. https://julkaisut.vayla.fi/pdf/1000080-v-04matkteiden_mperiaat.pdf. 22.9.2020.

Työ- ja elinkeinoministeriö. 2015. Yhdessä enemmän - kasvua ja uudistumista Suomen matkailuun. Elinkeino- ja innovaatio-osasto. TEM raportteja 2015:2.

Helsinki: Työ- ja elinkeinoministeriö. <https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/handle/10024/161906>. 9.10.2020.

Työ- ja elinkeinoministeriö. 2019. Yhdessä enemmän - kasvua ja uudistumista Suomen matkailuun. Elinkeino- ja innovaatio-osasto. Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja 2019:60. Helsinki: Työ- ja elinkeinoministeriö. <https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/handle/10024/161906>. 9.10.2020.

United Nations. 2015. Transforming our world: The 2030 agenda for sustainable development. <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/21252030%20Agenda%20for%20Sustainable%20Development%20web.pdf>. 9.10.2020.

United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. 2017. A New Roadmap for the Man and the Biosphere (MAB) Programme and its World Network of Biosphere Reserves. UNESCO. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000247418>. 3.9.2020.

Vähäsarja, V. 2014. Luontoympäristön terveys- ja hyvinvointivaikutusten taloudellinen arvottaminen. Metsähallituksen luonnonsuojelujulkaisuja. Sarja A 2010. Vantaa: Metsähallitus. <https://julkaisut.metsa.fi/assets/pdf/lp/Asarja/a210.pdf>. 21.10.2020.

Ympäristöministeriö. 2020. <https://ym.fi/luonnon-monimuotoisuus-ja-luonnonsuojelu>. 11.10.2020.

Vieraskynä-kirjoitusten lähteet:

Vieraskynä: Raija Komppula, matkailuliiketoiminnan professori, Itä-Suomen yliopisto – Luonnon helmet matkailijoille tunnetuiksi

Lähteet:

European Travel Commission 2016. Lifestyle Trends & Tourism. How changing consumer behaviour impacts travel to Europe. <https://etc-corporate.org/reports/lifestyle-trends-tourism/>

Sorakunnas, Esko 2020. Dimensions and drivers of national park experiences: A longitudinal study of independent visitors. Journal of Outdoor Recreation and Tourism, 31, 100311.

Vieraskynät: Leena Tervakorpi, ohjelmajohtaja, Lakeland Kasvusysäys -hanke, Visit Karelia ja Anna Rintinen, projektipäällikkö, Sisältöä kulinaristille kulttuurista -hanke, Maa- ja kotitalousnaiset Itä-Suomi

Lähteet:

Suomen matkapakettilaki, Kilpailu- ja kuluttajavirasto; <https://www.kkv.fi/Tietoa-ja-ohjeita/Matkustaminen-ja-matkan-jarjestaminen/ohjeet-matkapalveluyhdistelmien-tarjoajille/uusi-matkapakettilaki-2018/>

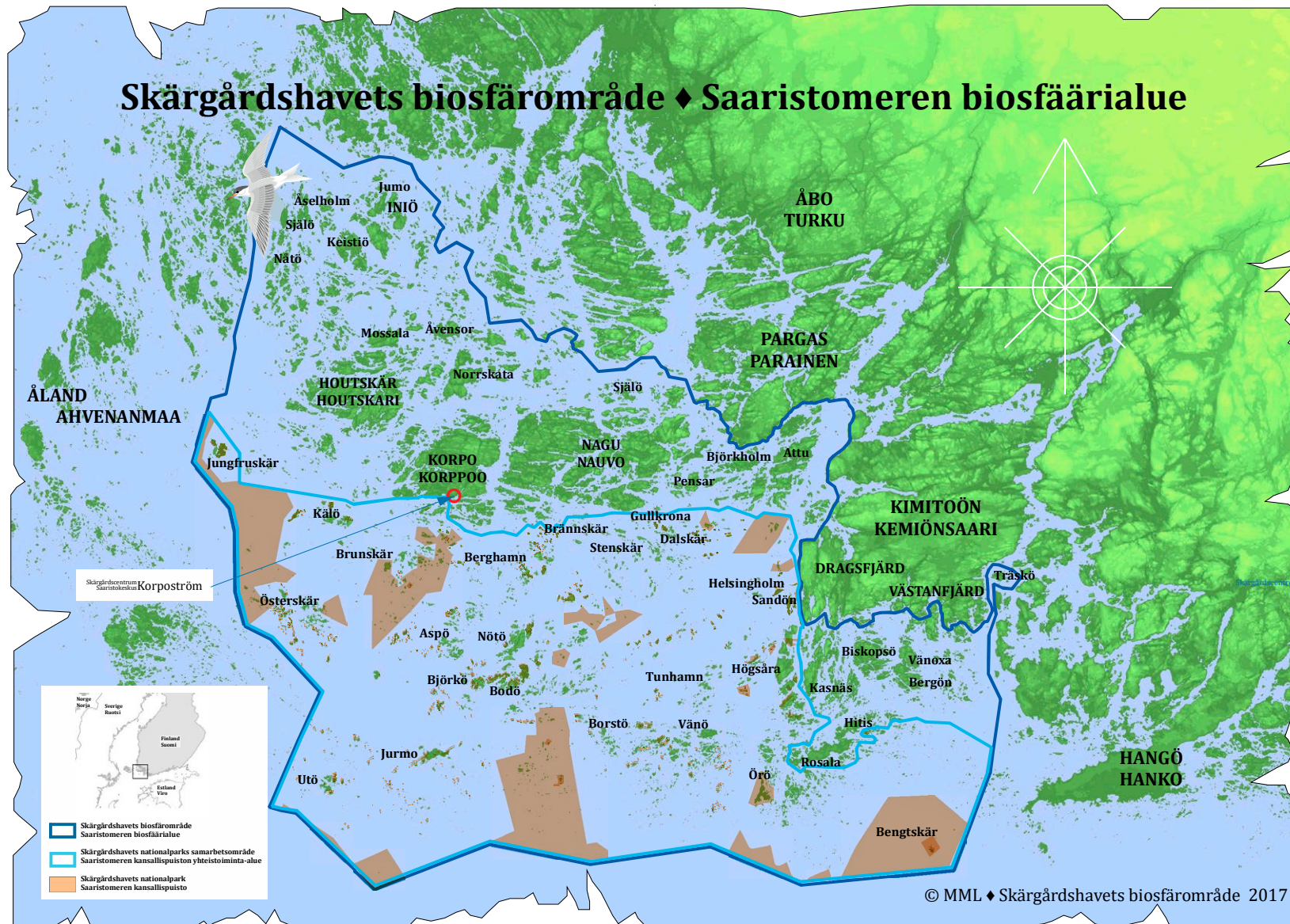
Koko Travel Planner: Jari Auranen / Elämysgroup Oy

Doerz: <https://fi.doerz.com/>

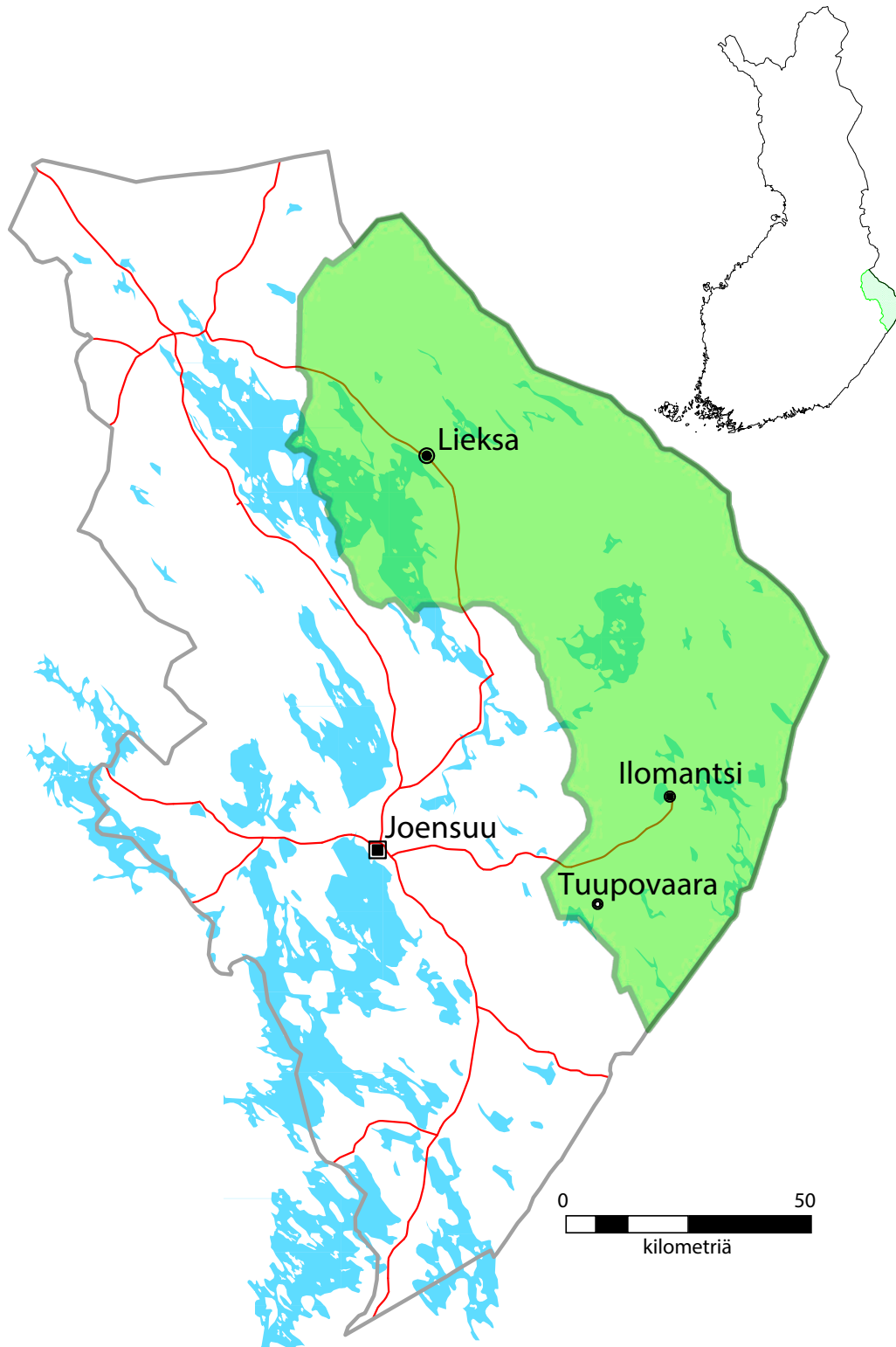
Sisältöä kulinaristille kulttuurista: <https://www.maajakotalousnaiset.fi/hankkeet/sisaltoa-kulinaristille-kulttuurista-11493>

Suomen luontoyrittäjyysverkosto ry: www.aitoluonto.fi

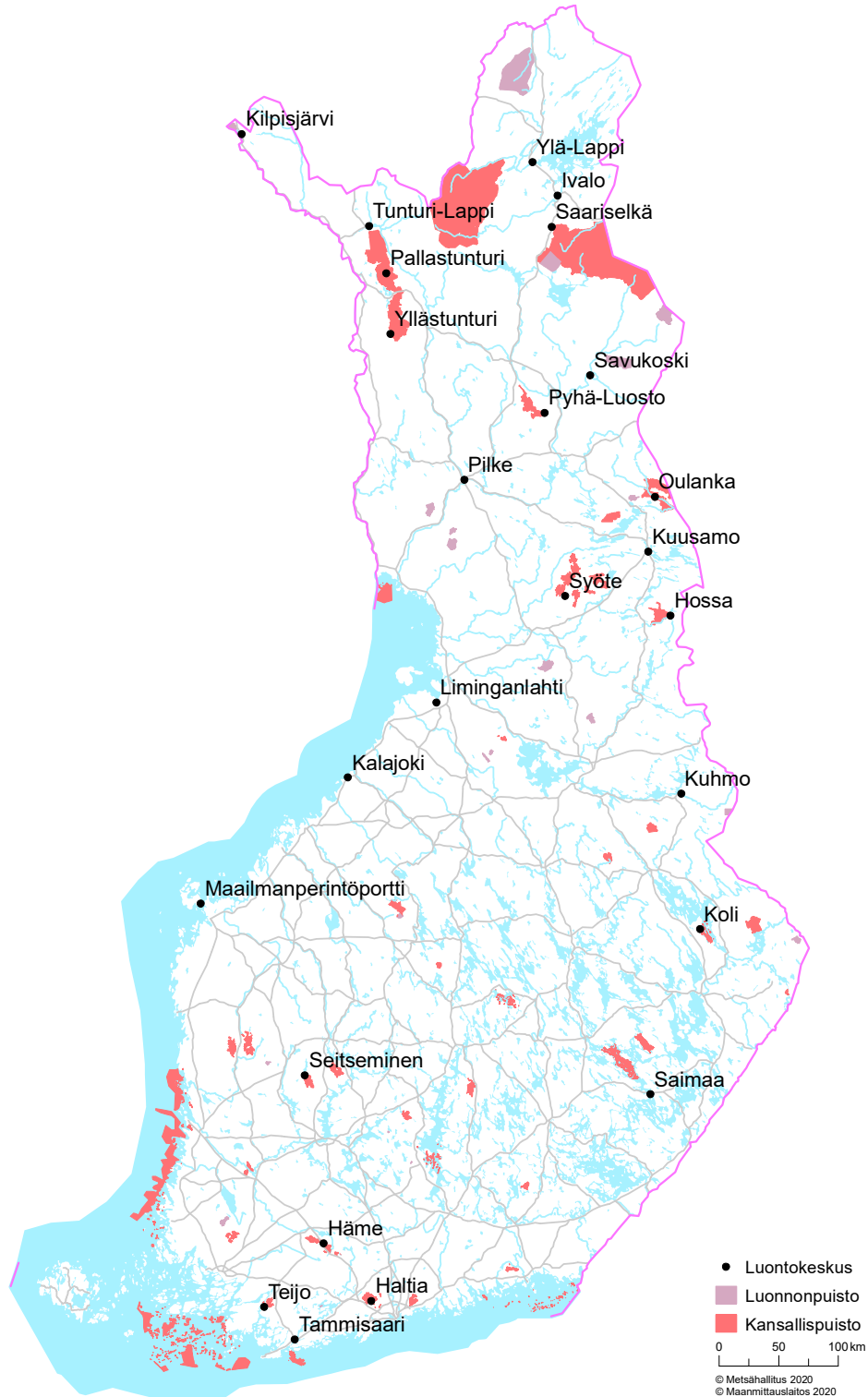
Liite 1. Saaristomeren biosfäärialueen karttakuva



Liite 2. Pohjois-Karjalan biosfäärialueen karttakuva



Liite 3. Suomen kansallis- ja luonnonpuistojen karttakuva



Työ- ja elinkeinoministeriö

www.tem.fi

Maa- ja metsätalousministeriö

www.mmm.fi

Ympäristöministeriö

www.ym.fi

ELY-keskus

www.ely-keskus.fi

Business Finland

www.businessfinland.fi



Työ- ja elinkeinoministeriö
Arbets- och näringsministeriet